

DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO

Estudo Técnico Preliminar 33/2025**1. Informações Básicas**

Número do processo: 59000.004240/2025-92

2. Descrição da necessidade

Contratação de empresa para prestação de serviços de Comunicação Institucional (anteriormente mencionada como Corporativa).

Em função da publicação do Decreto nº 11.347, de 1º de janeiro de 2023, que trata da criação da Pasta do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, o novo Mapa Estratégico do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional enfrenta e enfrentará vários desafios, as diversas políticas públicas de infraestrutura urbana (segurança hídrica, prevenção e resiliência relacionadas a desastres naturais) e de promoção do desenvolvimento produtivo regional e urbano. Deverá reunir iniciativas para otimizar a administração de programas, recursos e financiamentos. É um dos maiores interlocutores do Governo Federal com os 5.570 municípios brasileiros, atuando conforme as grandes estratégias de Desenvolvimento Regional e Urbano (Política Nacional de Desenvolvimento Regional e Política Nacional de Desenvolvimento Urbano - PNDR e PNDU).

Dentre as atribuições previstas para as pastas do órgão, destacam-se: Desenvolver a capacidade produtiva de regiões menos favorecidas, induzindo a estruturação e a adoção de novas tecnologias pelas cadeias produtivas; Planejar, coordenar e executar ações em prol da segurança hídrica do país; Melhorar a gestão dos recursos hídricos; Fortalecer a gestão de riscos e de desastres; Integrar as políticas públicas para o desenvolvimento de cidades e regiões; Aperfeiçoar a comunicação interna e externa; Aprimorar a governança corporativa; Fomentar parcerias com o setor privado; Promover a valorização dos servidores; Aprimorar a governança de TIC; Realizar a gestão orçamentária com foco estratégico. O Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, para cumprir na integralidade a sua obrigação constitucional de prestar contas à sociedade, identificou a necessidade de contratação de serviços de comunicação social através de empresa(s) especializada(s). Reitera-se que, para a efetiva e eficaz comunicação com os meios de imprensa em geral, faz-se necessária a contratação de empresa capacitada para a disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível, atendendo tanto aos anseios da imprensa, quanto aos dos demandantes internos, trabalho este coordenado pela Assessoria Especial de Comunicação Social - Aescom.

Destaca-se que as demandas dos meios de comunicação se fazem de forma democrática, autêntica, natural e intempestiva, motivadas por diversas razões e, por muitas vezes, são imediatas e complexas, procedentes de assuntos distintos, reforçando a necessidade de desenvolver e organizar argumentos de forma congruente e com linguagens adequadas às respostas deste Ministério e, por consequência, para o Governo Federal. Sendo assim, é importante ressaltar que trata-se de uma área muito sensível e dinâmica que necessita de assessoramento profissional constante dada a natureza intelectual do objeto.

São objetivos gerais da comunicação social do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional: planejar, coordenar, executar e supervisionar as atividades de comunicação social do Ministério, em consonância com as orientações da Secretaria Especial da Comunicação da Presidência da República; assistir ao Ministro de Estado e demais autoridades do Ministério nos assuntos de comunicação social; atender solicitações dos órgãos de imprensa nacional e regional; monitorar e avaliar noticiários dos meios de comunicação social; monitorar e avaliar os perfis oficiais do MIDR nas redes sociais; acompanhar, orientar e noticiar a participação de autoridades, servidores do Ministério e suas entidades vinculadas em eventos de interesse da Pasta; manter atualizado registro noticioso e fotográfico das atividades de interesse público desempenhadas pelo Ministério em seu portal e redes sociais, bem como em meios de divulgação voltados a seu público interno, observados aspectos de qualidade, coerência e adequação das informações; manter relacionamento com veículos de comunicação e formadores de opinião para a divulgação das ações desenvolvidas pelo Ministério; contornar cenários de crises institucionais; reforçar a comunicação dos projetos e programas desenvolvidos de forma congruente.

Para o atendimento aos objetivos, é essencial implantar uma estrutura organizada de atendimento e interação com os diversos veículos de comunicação, com a finalidade de sistematizar e padronizar as atividades no que se refere ao relacionamento com os veículos de imprensa e demais solicitantes. Essa necessidade surge em função da rápida ampliação do acesso à informação pela população, especialmente com a popularização do acesso à internet e da atuação dos muitos veículos de comunicação que difundem notícias no meio online, e ainda pelo crescimento global da audiência e circulação de todos os tipos de mídias. Esse aumento gera grande volume de demandas sobre a reduzida equipe de comunicação que atualmente cuida do relacionamento do Ministério com a mídia.

O Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional não pode prescindir de um assessoramento nas áreas específicas de comunicação institucional para, em articulação com os outros serviços congêneres, promover a relação com os mais diferentes públicos no tocante à missão institucional do órgão. Trata-se de uma área muito sensível e dinâmica. A contratação de empresa especializada, que detenha experiência e domine técnicas modernas e eficazes de comunicação e relacionamento, certamente ampliará a capacidade e eficiência das ações da Assessoria de Comunicação

deste Ministério, cujos resultados trarão benefícios para a Administração Pública. A empresa contratada também subsidiará a área de comunicação acompanhando a presença do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional e seus porta-vozes na mídia e redes sociais, identificando e antecipando os eventos com potencial de se transformar em notícia, o que permitirá um melhor posicionamento da própria instituição, contribuindo, assim, para fortalecer a imagem institucional e dos programas e ações, inclusive em momentos de crise. Os serviços constantes deste documento serão realizados e executados sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria Especial de Comunicação Social deste Ministério.

Seguem os itens que irão compor o objeto, que serão mais bem detalhados no item - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO:

SERVIÇOS ESSENCIAIS:

- Planejamento estratégico de comunicação;
- Assessoria;
- Monitoramento de Mídia e Análise;
- Produção de Conteúdo;
- Design aplicado à produção de conteúdo para Relações Públicas.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria Especial de Comunicação Social - Aescom	Ugo de Barros Braga - Chefe da Aescom

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Da aferição dos serviços:

Os serviços objeto desta contratação serão realizados na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, ou seja, quando se contrata a execução de serviço por preço certo de unidades determinadas, conforme art. 6º, inc. XXVIII, da Lei n. 14.133/20. Tal regime de execução se dá pela impossibilidade de prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, os quantitativos estabelecidos nos documentos que irão compor o instrumento convocatório são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, que poderá readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado. Isso se deve ao fato de que as demandas de comunicação, em grande medida, são imprevisíveis e acabam por fugir ao planejamento da Administração, especialmente em momentos de crise.

Sendo assim, sugere-se a adoção das recomendações exaradas pelo Tribunal de Contas da União que vem, recorrentemente, recomendando que nas contratações para prestação de serviços a remuneração deve estar preferencialmente vinculada a resultados, evitando-se, assim, o pagamento por horas de serviço (horas-homem) ou posto de trabalho, de forma a priorizar a eficiência na Administração Pública. Ou seja, o órgão contrata a empresa para realizar a atividade, interessando a ele apenas os resultados ou os produtos obtidos no prazo fixado segundo as especificações estabelecidas, independentemente de quais ou quantos funcionários a empresa empregou. A exemplo, citamos o Acórdão n. 786/2006 - TCU - Plenário:

84. Essa forma de execução permite que a remuneração da contratada seja feita com base na mensuração dos serviços e resultados, evitando-se, ao máximo, o pagamento por horas trabalhadas ou por horas de disponibilidade do pessoal (postos de serviço). Assim, a Administração paga somente pelos produtos e serviços efetivamente realizados e aceitos conforme as métricas e os padrões previamente estabelecidos. Entre as vantagens derivadas dessa sistemática, vale mencionar a eliminação ou, pelo menos, a fragilização do paradoxo.

Ainda, conforme orientação da SEGES/MP:

Art. 11. A contratação de serviços continuados deverá adotar unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para o pagamento da contratada, e que elimine a possibilidade de remunerar as empresas com base na quantidade de horas de serviço ou por postos de trabalho.

§ 1º Excepcionalmente, poderá ser adotado critério de remuneração da contratada por postos de trabalho ou quantidade de horas de serviço quando houver inviabilidade da adoção do critério de aferição dos resultados.

Sendo assim, para a presente contratação é prevista a utilização de produtos e serviços previamente estabelecidos, especificados e estimados, a serem executados sob demanda, pois é o modelo que melhor atende às necessidades do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, bem como está alinhado às últimas decisões e Acórdãos do Tribunal de Contas da União.

O modelo de contratação por catálogo de produtos e serviços acaba tornando mais objetivos os critérios para definição de quantitativos em relação ao hora-homem, ou ao posto de trabalho, além de tornar seu controle mais assertivo e transparente.

Participação de empresas reunidas em consórcios:

Para a presente licitação, não é prevista a permissão da participação de empresas reunidas em consórcio, em conformidade com o entendimento do Tribunal de Contas da União:

"... o art. 33 da Lei 8.666/1993 deixa à discricionariedade do gestor a decisão de admitir ou não a participação de empresas organizadas em consórcio no torneio licitatório, devendo tal desígnio ser verificado caso a caso." (Acórdão n. 280/2010 - TCU - Plenário)

A participação de consórcios em certames licitatórios vai ao encontro da finalidade da licitação que é a obtenção da melhor relação custo-benefício para atender à necessidade da Administração. Os consórcios, geralmente, constituem instrumentos de ampliação da competitividade, na medida em que possibilitam as empresas que os integram somar capacidades técnica, econômico-financeira e know-how para participar de procedimento licitatório em que, individualmente, não teriam condições.

Contudo, embora não prescindir de características de cunho intelectual e complexo, conforme já explanado, é pacífico que a prestação de serviços de comunicação é de pleno e amplo conhecimento das empresas do ramo, havendo numerosa gama de empresas que possuem capacidade de atendimento às necessidades de comunicação deste Ministério, com expertises compatíveis com a expectativa dos serviços a serem contratados. Sendo assim, a participação de consórcio, no presente caso, não garante a ampliação da disputa competitiva, mas ao contrário, pode cerceá-la, pois as empresas não poderiam participar simultaneamente de forma individual e consorciada e, portanto, não poderiam concorrer entre si.

Somado a isso, acrescenta-se o fato de que o consórcio entre diversas empresas pode prejudicar a estratégia de comunicação do Ministério, tendo em vista as possíveis divergências de posicionamento de cada uma na execução de um mesmo serviço.

Participação de Cooperativas:

Dada a integralidade e significativa complexidade dos serviços de comunicação institucional, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos. A restrição é apresentada apenas no TR, sem referências a participação ou não de cooperativas no ETP.

Vigência contratual:

A Lei 14.133/2021 apresenta importantes alterações em relação ao regime da Lei 8.666/1993 no tocante à duração dos contratos. As disposições sobre o assunto constam dos arts. 105 a 114 da nova Lei

Conforme o Art. 105. A duração dos contratos regidos por esta Lei será a prevista em edital, e deverão ser observadas, no momento da contratação e a cada exercício financeiro, a disponibilidade de créditos orçamentários, bem como a previsão no plano plurianual, quando ultrapassar 1 (um) exercício financeiro.

No caso de contratações de serviços e fornecimentos contínuos, além de atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação, a Administração deve demonstrar a vantagem em manter o contrato.

Cabe esclarecer que os serviços e fornecimentos contínuos são serviços contratados e compras realizadas pela Administração para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas. A Lei permite que esses contratos tenham vigência inicial de até cinco anos, desde que demonstrado que a contratação plurianual seja mais vantajosa economicamente para a Administração.

Na hipótese de faltar créditos orçamentários para a continuidade de contrato de prestação contínua, ou se a Administração entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem, ela pode extingui-lo, sem ônus. Nesses casos, a extinção ocorrerá apenas na próxima data de aniversário do contrato e não poderá ocorrer em prazo inferior a dois meses, contado da referida data.

O art. 107 observa que a Lei permite prorrogações sucessivas dos contratos de serviços e fornecimentos contínuos, até o prazo de dez anos, desde que haja previsão em edital e que as condições e os preços permaneçam vantajosos para a Administração. Pode haver a negociação com o contratado ou a extinção contratual.

Portanto, o contrato deverá ter duração inicial de 1 (um) ano, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, no interesse da Administração e mediante acordo entre as partes, observado o limite de 10 (dez) anos.

Da justificativa acerca da natureza continuada do serviço e da duração inicial do contrato:

É dever da Administração a publicidade de seus atos, conforme art. 37, caput, da Constituição Federal. Desse dever decorre a obrigação de observância ao princípio da transparência. Seu cumprimento pode se dar por diversas formas, tais como canais diretos de comunicação, a exemplo do SIC - Serviço de Informação ao Cidadão, ou por veículos diversos que reproduzem e repercutem à sociedade as informações e dados repassados pelos órgãos e entidades públicos. Os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e consequentemente à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e *accountability* (prestação de contas) pelo Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional.

A transparência pública tem um papel que vai além do combate à corrupção. Permite a contribuição tempestiva da sociedade no fornecimento de elementos que viabilizam a eficiência e efetividade do Estado, desenvolvendo uma cultura de gestão integrada e incentivando melhores políticas e programas de governo.

Em vista disso, a descontinuidade da prestação do serviço poderia comprometer a capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação institucional. Como consequência, a capacidade de atuação da Assessoria Especial de Comunicação do Ministério ficaria reduzida, possibilitando perdas com relação ao valor agregado das informações, à influência e interlocução do órgão com seu público de interesse e às respostas aos veículos noticiosos que difundem a visão do governo.

Dessa forma, entende-se que os serviços em tela possuem natureza continuada, uma vez que estão voltados para o funcionamento das rotinas de comunicação social, sendo necessários ao Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional para o desempenho de suas atribuições, que, conforme já exposto, estão alinhados aos objetivos do órgão. Por esta razão, a interrupção desses serviços pode comprometer a continuidade e desempenho das atividades finalísticas do Ministério, em especial no que tange à prestação de informações à população. Assim, evitando o dispêndio de tempo e recurso humano empregado na instrução processual de nova contratação, quando do fim da vigência do contrato ora pretendido, resta configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro, na forma do Art. 107 da Lei 14.133/2021.

Crítérios e práticas de acessibilidade

Os serviços deverão atender aos critérios para a promoção de acessibilidade previstos em normas vigentes. Os critérios para a promoção de acessibilidade constam na Lei 10.098/2000, cujo cumprimento orienta-se pela Norma Técnica ABNT NBR nº 9050. Os critérios para a promoção de acessibilidade, não excluem qualquer outra determinação legal acerca do tema, quer seja complementar, suplementar, superveniente ou qualquer outra que se aplique ao caso concreto.

Quanto à necessidade da contratada promover a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas:

A INSTRUÇÃO NORMATIVA N. 5, DE 25 DE MAIO DE 2017 DO MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO, passou a abranger a contratação de serviços de natureza intelectual. Conforme a linha "e", item 2.5, do Anexo V da IN, ficou instituído que, por ocasião do encerramento do contrato, os fiscais deverão promover as atividades de transição contratual observando, no que couber, a transferência final de conhecimentos sobre a execução e a manutenção do serviço. Na contratação de serviços de natureza intelectual, deverá ser estabelecida como obrigação da contratada realizar a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas, sem perda de informações, podendo exigir, inclusive, a capacitação dos técnicos da contratante ou da nova empresa que continuará a execução dos serviços, para garantir que haja a adequação dos recursos materiais e humanos necessários à continuidade do serviço por parte da Administração.

Portanto, entende-se que a transferência de conhecimentos deve estar prevista na contratação pretendida, por se tratar de prestação de serviço de natureza intelectual, executada por meio de produtos que vão gerar um grande volume de imagens, texto e material audiovisual, bem como procedimentos para monitoramento de redes sociais, entre outros. Trata-se de uma forma de geração de valor para o órgão, além do valor decorrente da contratação em si. A transferência deve se dar ao longo do contrato, e não somente no encerramento.

Tomando por base o normativo acima mencionado, a equipe de planejamento da contratação elaborou os procedimentos relativos à transferência de conhecimentos, que devem ser observados durante e ao final da contratação:

- A transferência de conhecimentos deve ser realizada em reuniões regulares entre as partes, bem como em oficinas e treinamentos que se verifiquem necessários durante a execução do contrato. Nesses momentos a contratada deve passar para a equipe técnica residente da Aescom os procedimentos e técnicas que estão sendo realizados para execução dos produtos;

- Além das reuniões regulares, a transferência de conhecimentos deve ocorrer também na ocasião da implantação de novas soluções e tecnologias, e ao final do contrato;

- Em todos momentos a contratada deve realizar a manutenção de acervo em meio virtual e/ou físico, com acesso irrestrito para a contratante, composto pelo material produzido durante a execução do contrato, inclusive material fotográfico e audiovisual, projetos gráficos, infográficos, ilustrações, textos e demais produtos. Ao fim do contrato a totalidade desse material deve ser disponibilizada em definitivo para a contratante.

5. Levantamento de Mercado

A estrutura atual da Aescom conta com apenas 02 (dois) servidores efetivos técnicos em comunicação social especialistas em publicidade, que atuam primordialmente nas áreas técnicas e de fiscalização da Assessoria, mais 03 (três) cargos comissionados, sendo 2(dois) de chefia e 01 (um) de assistente, além de uma equipe pequena, que atua basicamente nas áreas administrativas e de apoio. Com essa estrutura tão reduzida é impraticável atender às demandas e obrigações da Aescom sem o apoio de empresas terceirizadas especializadas. Isso demonstra a defasagem e necessidade de reforço para desenvolver atividades que auxiliam a equipe a desenvolver os serviços de comunicação e cumprir com a missão de comunicar com eficiência e transparência para a sociedade, beneficiários, gestores municipais, estaduais, federais formadores de opinião e imprensa, as ações, programas e serviços e atender a nova configuração dada à Pasta.

Portanto, desde 2021 a Aescom conta com contratos com empresas de comunicação digital, institucional (corporativa), além de serviços de publicidade e serviços gráficos. Grande parte dos esforços da equipe residente da Aescom são no sentido de coordenar, fiscalizar e gerir o trabalho prestado por essas empresas. Os resultados tem sido excelentes, gerando produtos e serviços de qualidade superior, que têm inclusive alcançado reconhecimento via premiações de destaque nos meios de comunicação.

É nítido que essa força de trabalho não é suficiente para que a Aescom execute sua missão institucional. Ademais, importante frisar que a maioria do pessoal também exerce funções relacionadas a área administrativa do setor, que também tem altíssima demanda e é de extrema relevância para o bom funcionamento da Assessoria. Tratam-se de funções relacionadas à gestão de pessoal, gestão contratual, fiscalizatória, e relacionadas a publicidade e comunicação interna.

Dessa maneira, ao analisar a quantidade de secretarias e políticas públicas do Órgão, e a quantidade de entregas que o Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional realiza percebe-se que o quadro é insuficiente, e ainda seria se toda a equipe da Aescom fosse da área comunicacional.

Importante salientar que atualmente o MIDR possui alto investimento, bem como capilaridade em todo território nacional, atendendo quase todos os municípios do país, aproximadamente 5.000 municípios, conforme se vê no Painel MIDR Carteira de Investimentos (http://paineis.mdr.gov.br/painel_carteira_investimento.html acessado em 05/06/2020). São cerca de 22 mil contratos em andamento, que gerarão entregas e deverão ser noticiadas à população. Dentre elas podemos citar urbanizações de comunidades, manejos de águas pluviais, drenagens urbanas, construções e ampliações de barragens, canalização de córregos, construções de pontes, praças, feiras, centros de eventos e áreas de lazer, entre outros.

Além disso, o Ministério ainda é responsável por obras de execução direta, planos de trabalho da Defesa Civil e termos de execução descentralizada, cujos investimentos não estão somados no valor, mas atingem todos os estados do país.

É dever da Aescom cumprir com as suas estratégias comunicacionais e, especialmente, contribuir para a promoção das políticas públicas. As políticas, as ações e os programas executados pelo Ministério são de interesse público e necessitam de suporte técnico eficiente para garantir a eficaz transmissão das informações definidas pela Aescom, bem como garantir o cumprimento dos princípios previstos no art. 37 da Constituição da República, dentre eles a publicidade.

Por meio da Instrução Normativa nº 05/2017, do Ministério do Planejamento Desenvolvimento e Gestão - MPDG, atual Ministério da Gestão e Inovação - MGI, resta estabelecido que a Administração Pública deve sempre contratar serviços no lugar de mão-de-obra. Vejamos o que diz o art. 3º:

Art. 3º O objeto da licitação será definido como prestação de serviços, sendo vedada a caracterização exclusiva do objeto como fornecimento de mão de obra.

Partindo desta disposição, a equipe de planejamento passou a tratar como descartada a hipótese de contratação nos modelos de postos de trabalho e hora-homem. Além disso, procurou identificar quais os tipos de serviços na área de comunicação seriam essenciais ao cumprimento de suas funções. Com a finalidade de implementar as atividades previstas no planejamento estratégico, a Assessoria Especial de Comunicação Social necessita contar com conjunto ampliado de produtos e serviços de comunicação institucional. Tais ferramentas deverão habilitar a Aescom a cumprir com as suas estratégias comunicacionais e, especialmente, contribuir para a promoção das políticas sociais.

Por meio de levantamentos de contratações realizadas em outros órgãos da administração pública federal foram encontrados 2 tipos de contratos: os firmados junto a Empresa Brasileira de Comunicação - EBC, e os firmados junto a empresas prestadoras de serviços de comunicação institucional.

Da Empresa Brasileira de Comunicação - EBC: Durante a confecção dos presentes estudos técnicos preliminares constatou-se a necessidade de contratação de serviços que abrangessem os seguintes aspectos: Assessoramento direto às autoridades do Ministério, Atendimento às Demandas, Assessoria de Imprensa, Treinamento, Monitoramento e Análise, Produção de Conteúdos, Produção e Organização de Imagens, Projeto Gráfico e Planejamento de Eventos. Nesse contexto, foi averiguado que não há confluência entre tais serviços com os ofertados pela EBC. Como se verifica em comparativo feito no processo 59110.000002/2019-12, documento 1565674, a carteira de produtos ofertados pela Empresa Brasil de Comunicação oferece soluções mais pontuais, configurando expressivas divergências qualitativas.

Nota-se que a EBC oferta apenas produtos relacionados a monitoramento de notícias e produção de conteúdos, o que não atende completamente às necessidades do órgão. Até mesmo o item denominado "Outros serviços de comunicação e conexos" limita-se a apenas três produtos - cópia de áudio e vídeo, transcrição e tradução de texto (Inglês/Espanhol), que, assim como outros, não foram previamente identificados como necessários no formato proposto a esta área de comunicação no contexto atual.

Quanto aos itens ofertados pela EBC que são similares aos inicialmente solicitados, ressalta-se, ainda, que não guardam equivalência em sua forma de entrega.

Além do mais, ao observar o histórico do extinto Ministério da Integração Nacional até o atual Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional, observa-se que nos últimos anos as Pastas não prescindiram dos produtos "Atendimento de demandas da contratante" e "Atendimento de demandas de veículos de comunicação", não ofertados pela EBC, pois a Aescom possui em seu quadro um reduzido número de servidores jornalistas (atualmente apenas o Chefe da Assessoria), capacitados ao atendimento da volumosa demanda da mídia em geral e dos demandantes internos. Percebe-se que, especialmente em momentos de crise, o órgão carece de maior celeridade para o atendimento a algumas demandas.

Atualmente, esta Aescom tem o serviço monitoramento, semelhante em alguns aspectos ao serviço de clipping, contratado com a EBC. Porém, o referido contrato apresenta problema na captação de assuntos de interesse do ministério e menções aos termos elencados como prioritários ao monitoramento, o que tem feito a experiência não ser adequada às necessidades da Pasta. Portanto, diante de todo o exposto, a Aescom não possui elementos para atestar a conveniência e a oportunidade da contratação da carteira de produtos ofertada pela Empresa Brasil de Comunicação, bem como a viabilidade econômica da mesma. Ressalta-se que o não atendimento às demandas da área de comunicação, devido à oferta limitada de produtos, pode causar maior prejuízo à solução integral esperada e, conseqüentemente, à relação custo/benefício (vantajosidade), que é finalidade da licitação.

Este levantamento de mercado será constituído pela prospecção e análise das alternativas possíveis à solução da necessidade de serviços de comunicação social do MIDR. Para tal, serão consideradas contratações semelhantes feitas por outros órgãos governamentais com objetivo de identificar formatos de contratação, valores de mercado e a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da administração.

Pretende-se analisar 4 editais apurados por meio de busca ativa em sites de órgãos da Administração Pública Direta do Governo Federal. A saber:

- **Contrato nº 36/2024 - Ministério de Minas e Energia;**
- **Contrato nº 21/2021 - Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional** - Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional;
- **Contrato nº 8/2025 - Ministério de Portos e Aeroportos;**
- **Contrato nº 08/2025 - Ministério dos Transportes** - Contratação de serviços de comunicação institucional.

Ademais, pretende-se analisar 3 orçamentos de empresas privadas. A saber:

- **CDN Comunicação Corporativa** (CNPJ: 57.863.854/0001-19);
- **APPROACH Comunicação** (CNPJ: 10.906.993/0001-19);
- **FSB Comunicação e Planejamento Estratégico** (CNPJ: 03.585.183/0001-42).

Das empresas prestadoras de serviços de comunicação institucional

Para a contratação de empresas de comunicação social, a SECOM vem disponibilizando modelos de editais, com diversos serviços, que devem ser modulados com base nas necessidades do órgão e nas dinâmicas a serem estabelecidas com a contratada no decorrer da execução contratual. No mercado há diversas empresas que prestam serviços correlatos aos pretendidos no presente Estudo.

Por sua própria natureza dinâmica e inovadora, que precisa acompanhar as novas tecnologias e tendências, a lista de serviços/produtos de comunicação não se exaure, abrangendo atividades como diagnóstico de oportunidades de relacionamento com jornalistas, desenvolvimento de ações de assessoria de imprensa, produção e redação e criação de conteúdo para divulgação, planejamento de comunicação, gerenciamento de crises, produção de diagnósticos de exposição e imagem, media training, entre muitos outros.

Justificativa técnica e econômica da escolha da solução a contratar:

O MIDR faz parte do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (Sicom). O órgão central do Sicom é a Secretaria de Comunicação Social da Presidência de República (Secom/PR), responsável por coordenar o funcionamento do Sistema, elaborar as normas e realizar a supervisão e a fiscalização das unidades setoriais, conforme disposto pelo Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal.

A Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, alterada pela IN SECOM/PR nº 11/2026, em seu artigo 7º discorre que a licitação para a contratação dos serviços de Comunicação Institucional, será processada na modalidade concorrência. E no Art. 10:

O julgamento das propostas nas licitações destinadas aos serviços descritos no art. 1º, será realizado de acordo com os critérios de melhor técnica ou técnica e preço.

Parágrafo único. A escolha por um dos critérios descritos no caput constitui discricionariedade do órgão ou entidade contratante, devendo essa escolha ser justificada no Estudo Técnico Preliminar - ETP, em conformidade com o art. 35 e art. 36 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

Isso porque os serviços de comunicação são considerados serviços de natureza intelectual, intangível e indivisível, conforme §1º, do art. 1º, da referida IN nº 09/2025. In verbis:

Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM:

§ 1º Os serviços de que trata o caput, são serviços técnicos especializados de natureza predominantemente intelectual, conforme preceitua o art. 5º e o art. 20-A, da Lei nº 12.1232, de 29 de abril de 2010, combinado com o art. 6º, inciso XVIII, alínea a, da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

Portanto, o MIDR não tem autonomia para propor soluções alternativas para contratar serviços de comunicação, visto que tal competência pertence à SECOM. O objetivo da escolha do tipo “melhor técnica” pela gestão de comunicação do órgão se deve pelos seguintes motivos:

- O nível de qualificação técnico dos fornecedores é um requisito essencial no processo de identificação da proposta mais vantajosa;

- Adotar o tipo "técnica e preço" não seria adequado, pois poderia resultar na contratação de empresa sem condições técnicas ideais de atender de forma satisfatória às demandas de comunicação do órgão.

Primando pela excelência dos serviços, essa equipe de planejamento entende que o tipo melhor técnica é a escolha mais apropriada para o MIDR. Isso porque a avaliação da técnica apresentada por cada licitante será o fator essencial para a contratação, que visa selecionar a empresa mais bem preparada para prestar os serviços, considerando a excelência técnica acima de qualquer outra premissa. Não se observa o cerceamento da competitividade entre as empresas, mas sim pertinência com os requisitos técnicos mais adequados à boa execução dos serviços. Por isso, esta Equipe de Planejamento entende ser proporcional às necessidades da Pasta que a técnica seja avaliada como aspecto preferível ao do preço.

A Lei 14.133/2021, define que o critério de julgamento de “melhor técnica” desconsidera o fator preço para o julgamento das propostas. Não se deve inferir que a escolha pela técnica, em detrimento do preço, venha a comprometer a vantajosidade da contratação, trazendo impacto na economicidade. Isso porque, a redução de preços para aumentar o potencial de competição entre os licitantes, pode trazer a situação desfavorável de priorizar empresas menos capazes tecnicamente. Nesse caso, existe um prejuízo enorme para a Administração na qualidade dos serviços, cumprimento de prazos, oferta das melhores soluções para os problemas de comunicação do órgão, entre outros, que de forma indireta influenciam na economicidade durante a execução do contrato.

Não há formulas, modelos ou padrões que atendam todas as necessidades do processo de comunicação. A criatividade é fator preponderante para a formulação de soluções de comunicação. Um melhor resultado de comunicação depende também do fator humano, que é de difícil quantificação ou avaliação objetiva. Uma crise gerada por uma informação divulgada de maneira equivocada, imprecisa ou mesmo com a linguagem inadequada ao público, pode causar um dano irreversível a imagem do Órgão, perdas econômicas e ao erário, por exemplo.

O serviço de comunicação institucional depende de planejamento, de articulação, e não pode ser realizado de maneira mecânica, ou seguindo protocolos. Diversas variáveis podem prejudicar a comunicação e daí advém a racionalidade humana, que lidará diferentemente em cada situação, ensinando as melhores soluções.

Para o MIDR é imprescindível que a contratação seja efetivada e que haja êxito na execução contratual. Seria enorme o prejuízo para o Órgão contratar uma empresa que em pouco tempo de execução não conseguisse realizar os serviços pretendidos por incapacidade técnica.

No decorrer da execução contratual com a empresa que presta esse serviço atualmente, foi verificado que a excelência técnica no atendimento das demandas foi o fator indispensável para uma execução contratual satisfatória, possibilitando ao órgão cumprir suas responsabilidades institucionais de comunicação da melhor maneira.

6. Descrição da solução como um todo

A licitação tem por objetivo a contratação de produtos/serviços de comunicação, que prevê, dentre outros aspectos, o planejamento, o treinamento de porta-vozes, a criação, a execução, a implementação e o desenvolvimento de soluções de comunicação, bem como o relacionamento com a imprensa.

Os serviços especificados e estimados têm o propósito de apoiar as atividades gerenciais e executivas da Assessoria Especial de Comunicação Social do MIDR, por meio da oferta de produtos que permitem a coordenação e execução das atividades e a adoção de estratégias e decisões para a implementação dos processos e projetos do órgão. Ainda, buscam o fornecimento de ferramentas que proporcionem uma operacionalização efetiva, com a otimização das atividades para o atendimento das demandas.

Os serviços contratados darão suporte à comunicação do MIDR, considerando a imprevisibilidade dos acontecimentos, a rotina do órgão de acordo com as agendas do Ministério, de suas Secretarias e Departamentos, necessidades de coberturas de eventos, entre outros, não se limitando ao horário comum de expediente. Sendo assim, e conforme já mencionado, os quantitativos propostos são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência que o contexto demande, podendo o Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, respeitado o valor contratual.

A solução busca uma contratação de objeto que prima pela comunicação coesa, ou seja, uma solução abrangente de comunicação social, capaz de formar um todo consistente, fundamentado, lógico e autônomo, com diversos produtos desenvolvidos. Além disso, a solução tem por finalidade apoiar a Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública e, em especial, da Lei de Acesso à Informação, fortalecendo os mecanismos de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

Seguem os itens que irão compor o objeto:

SERVIÇOS ESSENCIAIS

1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

1.1 Diagnóstico e matriz estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do CONTRATANTE e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação institucional do órgão/entidade, contemplando:

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão/entidade em relação às suas temáticas;
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão com públicos identificados;
- Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar;
- Levantamento de informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras;
- Levantamento de insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz *swot* (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade);
- Definição dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação;
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação;
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do CONTRATANTE.

Entregáveis:

- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados e demais informações identificadas em outras fontes;
- Relatório analítico da matriz *swot* (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades);
- Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

Método de Classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas e prazo de entrega

Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	De 11 a 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	De 51 a 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

1.2 Plano estratégico de comunicação institucional

Descritivo: Elaboração de planejamento estratégico de comunicação institucional com indicação de diretrizes estratégicas, mensagens-chave e recomendações de ações e eventos de comunicação para promoção de programas e ações do CONTRATANTE, em âmbito nacional e regional, com vistas a atingir os objetivos definidos pelo CONTRATANTE no Diagnóstico e Matriz Estratégica contratado. O planejamento deverá conter propostas de ações e indicação clara dos meios apropriados para implementá-las e poderá, também, compreender os seguintes tópicos:

- Definição dos objetivos estratégicos do plano;
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo órgão/entidade junto a seus públicos;

- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave;
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE;
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento;
- Cronograma de realização das ações propostas;
- Indicação de ações específicas de acordo com o ambiente socioeconômico e cultural.

Entregável: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

Método de Classificação da Complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.3 Plano de comunicação temático

Descritivo: Plano detalhado com propostas de ações para a promoção de programas e ações específicas do CONTRATANTE em âmbito regional e/ou nacional, com base em temas identificados pela contratante ou elencados em seu planejamento anual, com identificação de objetivos e metas a serem alcançados, recursos e meios necessários e públicos a serem atingidos. O plano deverá conter informações práticas com indicativos de execução e poderá compreender, também, os seguintes tópicos:

- Definição dos objetivos de acordo com a temática;
- Definição de público-alvo e canais de comunicação de acordo com a temática;
- Indicação de melhores práticas de acordo com a temática.

Entregável: Plano temático na versão impressa e digital

Método de classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: até 15 dias úteis.

1.4 Avaliação de percepção de imagem com jornalistas

Descritivo: Planejamento, elaboração e execução de avaliação com jornalistas visando à identificação de tendências e percepções. A pesquisa será realizada a partir de briefing com as entidades, identificação dos entrevistados, elaboração de questionário com até 15 minutos de aplicação, com campo telefônico.

Entregável: Relatório com a percepção de imagem.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas e formato de campo.

Complexidade:

Baixa complexidade	Até 50 entrevistas Prazo de entrega: 40 dias úteis
Média complexidade	De 51 a 100 entrevistas Prazo de entrega: 65 dias úteis

Alta complexidade	De 101 a 200 entrevistas Prazo de entrega: 90 dias úteis
-------------------	--

2. ASSESSORIA

2.1 Gerenciamento de Demandas

Descritivo: Gerenciar, articular, documentar e compreender as necessidades do contratante com o objetivo de oferecer os serviços e soluções adequados para o atendimento das demandas de comunicação institucional . Entre as necessidades, estão:

- a) centralizar, organizar, articular, planejar, controlar e distribuir as demandas internas e externas;
- b) gerenciar a equipe de atendimento ao contratante;
- c) acompanhar continuamente as reuniões estratégicas e os eventos institucionais, por meio de profissionais especializados, com dedicação exclusiva e permanente;
- d) garantir a qualidade técnica da entrega e a manutenção de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação;
- e) coordenar o planejamento, elaboração e execução de briefings, press releases, press kits, notas e outros conteúdos multimídia oriundos do contratante;
- f) coordenar a articulação e promoção de entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação, de acordo com interesse do contratante, em ambiente presenciais ou virtuais;
- g) apresentar ao contratante, sempre que solicitado, os status das demandas e o andamento das atividades realizadas pelas equipes de atendimento;
- h) centralizar, organizar e controlar as comprovações referentes às ordens de serviço associadas ao contrato; e
- i) preparar prévia de informações pertinentes para o contratante, como briefings, papers temáticos ou perfis de veículos ou profissionais de comunicação.

Entregável: Relatório mensal de atividades realizadas no período definido pelo CONTRATANTE determinado na Ordem de Serviço.

Método de classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) dos profissionais necessários para o gerenciamento.

Complexidade:

Alta Complexidade:	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior relacionado à área de atuação (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de conteúdos multimídia, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas ou influenciadores. Capacidade de analisar dados e sugerir ações para tomada de decisão. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.
Altíssima Complexidade:	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos,

	definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação.
--	---

Prazo de entrega: execução continuada mensal

Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade estimadas, 12 relatórios mensais de média complexidade equivalem a 1 profissional durante 12 meses. Ou, ainda, 24 relatórios mensais de complexidade equivalem a 2 profissionais durante 12 meses.

2.2 Atendimento de Demandas de Comunicação e Produção de Conteúdo

Descritivo: Promoção e gestão do relacionamento entre o contratante e os veículos de comunicação nacionais e regionais, fornecendo, de forma proativa, as informações sobre o contratante aos profissionais da imprensa ou os atendendo em suas demandas por informações novas, esclarecimentos relacionados a temas presentes na agenda do contratante ou de seus representantes e porta-vozes.

Elaboração, revisão e edição de conteúdos multimídias a partir de fontes oficiais fornecidos pelo contratante para publicação nos canais oficiais do órgão e/ou divulgação para a imprensa e veículos de comunicação.

Inclui as seguintes atividades:

- realizar os atendimentos de rotina às demandas de profissionais de comunicação e às necessidades de divulgação de informações em veículos nacionais e regionais;
- promover contatos proativos com profissionais de comunicação, criando oportunidades de pautas e promovendo as ações e a imagem institucional do contratante junto aos veículos de imprensa;
- planejar, elaborar, executar e distribuir briefings, press releases, press kits, notas e outros conteúdos oriundos do contratante;
- acompanhar a mídia e elaborar análises sobre repercussão ou temas de interesse do contratante
- articular e promover entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação nacionais e regionais, de acordo com interesse do contratante;
- acompanhar as entrevistas e eventos dos quais representantes e porta-vozes do contratante participem, em ambiente interno ou externo à instituição, em ambiente presencial ou virtual;
- acompanhar o cliente em eventos em que haja interesse do contratante para atendimento à imprensa;
- preparar prévia de informações pertinentes para o contratante, como briefings, papers temáticos ou perfis de veículos de comunicação;
- Promover encontros de representantes e porta-vozes com profissionais da imprensa nacional e regional;
- Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
- Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
- Consulta a fontes oficiais e/ou de parceiros institucionais estratégicos para o órgão;
- Acompanhar e participar de reuniões semanais para apresentação de sugestões e pautas jornalísticas, propor ações junto à imprensa;
- Planejar e executar ações, como coordenar e/ou participar de reuniões para elaboração de pautas, levantar informações, produzir e enviar releases à imprensa, produzir conteúdos, em formatos multimídia diversos para canais institucionais e fazer gestão junto à imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do CONTRATANTE;

- Disponibilizar cadastro de contatos de jornalistas e/ou formadores de opinião, detalhando veículo de atuação, endereços eletrônicos (inclusive mídias sociais), respeitando as regras da LGPD;
- Elaborar planejamento semanal e mensal para a produção de conteúdo multimídia, o que proporcionará uma maior eficiência da distribuição do conteúdo divulgado nos canais institucionais.
- Produzir conteúdo multimídia para divulgação em canais institucionais.
- Planejar, mobilizar e realizar bate-papos, ao vivo, pelos canais institucionais
- Elaborar, revisar e editar gramaticalmente textos jornalísticos ou institucionais direcionados aos públicos interno e/ou externo a partir de consultas a fontes oficiais, representantes e especialistas do setor. Os conteúdos produzidos poderão ser utilizados como press releases, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, pautas especiais, posicionamentos (position paper), briefings, manuais, cartilhas, publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros;
- Elaborar roteiros audiovisuais e briefings para peças gráficas de divulgação do contratante em canais institucionais.
- Tratar e analisar dados para gerar inteligência na elaboração de estratégias de conteúdos e ações para alcançar resultados, KPI's e metas.

Entregáveis:

- Relatório mensal de atendimento com: descritivo das atividades realizadas, quantidade de demandas solicitadas, identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta; além de porta-vozes acompanhados em entrevistas pela equipe; planejamentos de conteúdo, análises realizadas e diagnósticos produzidos;
- Relatório mensal de produção/edição de conteúdo com: quantidade de produtos e serviços sob demanda desenvolvidos; quantidade das pautas geradas; textos produzidos com indicação das fontes consultadas; e textos editados.

Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais dedicados ao atendimento e à produção de conteúdo.

Complexidade:

Baixa Complexidade	Um perfil profissional de comunicação Junior. Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas.
Média Complexidade	Um perfil profissional de comunicação Pleno. Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências /empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação.
Alta Complexidade	Um perfil profissional de comunicação Sênior. Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias

	de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação, revisão e edição de textos, análises de mídia e repercussão, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definição de divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Edição de conteúdos.
Altíssima Complexidade	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de media training e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação.

Prazo de entrega: execução continuada mensal

Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade estimadas, 12 relatórios mensais de média complexidade equivalem a 1 profissional durante 12 meses. Ou, ainda, 24 relatórios mensais de complexidade equivalem a 2 profissionais durante 12 meses.

Todo os perfis devem ter domínio da norma padrão da língua portuguesa. Desejável conhecimento em inglês.

2.3 Analista de Comunicação em eventos

Descritivo: Prospecção junto às secretarias e gabinetes de possíveis eventos com objetivo de gerar mídia espontânea. As principais atividades de Apoio à Organização de Eventos e Comunicação Estratégica são:

Recebimento da Demanda

- Entendimento do briefing: reunião com o cliente/secretarias demandantes e cerimonial para compreender o objetivo do evento, público-alvo, tipo de evento, dinâmica, autoridades presentes, expectativas, orçamento e prazos.
- Análise de viabilidade: avaliar se o evento é realizável conforme o orçamento contratual, viabilidade dos itens compatível ao termo de referência do contrato, tempo disponível e recursos.
- Elaboração de proposta inicial: criar um pré-projeto ou proposta com cronograma, conceito, estimativas de custos e possíveis locais.

Planejamento

- Desenvolvimento do projeto do evento: detalhar o evento com definição de datas, locais, fornecedores, necessidades técnicas, logísticas e de pessoal.
- Recebimento de demandas conforme termo discriminado do Projeto Básico AESCOM (Projeto Gráfico) a qual segue o processo ao designer para a construção do material/arte, solicitado, refere-se: boletins, informativos e comunicados, atendendo às necessidades editoriais indicados no briefing de trabalho.
- Orçamento detalhado: planejar e aprovar o orçamento final junto ao cerimonial do MIDR, incluindo margem para imprevistos.
- Contratação de fornecedores: selecionar e contratar serviços como buffet, som/luz, decoração, segurança, limpeza, audiovisual, etc.
- Definição de equipe: selecionar staff, recepcionistas, cerimonialistas, técnicos, etc.

- Plano de comunicação: se necessário e solicitado, acionar/alinhar, desenvolver ações de divulgação (convites, redes sociais, assessoria de imprensa).

Produção Pré-Evento

- Reuniões de alinhamento: com equipe interna e fornecedores para garantir que todos conheçam suas funções.
- Visitas técnicas: ao local do evento para planejamento de montagem e logística, tanto no DF, quanto aos demais estados da federação quando necessário in-loco.
- Elaboração de cronograma operacional: detalhado com todas as atividades antes, durante e após o evento, assim como em eventos presidenciais que o MIDR é o proponente por ser agendas mais complexas sendo necessário mais conhecimento técnico nesse quesito.
- Confirmação de presença: quando aplicável, fazer RSVP com os convidados, junto ao cerimonial do MIDR.
- Documentação legal: alvarás, ART’s, licenças, seguros, autorizações específicas.

Execução

- Supervisão da montagem: acompanhar a montagem e checar se está de acordo com o projeto e itens contratuais vigentes do termo de referência ativo MIDR.
- Checklists operacionais: garantir que tudo esteja conforme o planejado (equipamentos, sinalização, staff no local etc.).
- Coordenação geral durante o evento: ser o ponto focal entre fornecedores, cliente/área demandante e equipe. Solucionar imprevistos e manter o cronograma.
- Controle de acesso e recepção: verificar se os convidados estão sendo bem recebidos e encaminhados corretamente.
- Monitoramento da experiência do público: avaliar o clima do evento, conforto dos participantes, segurança em conformidade por ter presença de autoridades em âmbito: municipal, estadual e federal e se os objetivos estão sendo atingidos.
- Checar os testes de som, áudio, vídeo, material programático digital, ordem das ações do material, precedência dos fatos por ser tratar de eventos governamentais.

Pós-Evento

- Desmontagem e limpeza: supervisionar retirada dos equipamentos e restauração do espaço.
- Toda a infraestrutura para realização dos eventos será de responsabilidade do CONTRATANTE, por meio de contrato eventos ou live marketing vigente.

Entregável: Elaboração de relatório com avaliação do evento para o processo de prestação de contas (público presente, pontos positivos, relatórios fotográficos, finalidade do evento, local, data, melhorias, caracterização do perfil da agenda e conceito da realização do evento).

Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais dedicados ao atendimento e à produção de conteúdo.

Complexidade:

Média Complexidade	Perfil Profissional de Apoio à Organização de Eventos e Comunicação Estratégica: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com no mínimo 5 anos de atuação comprovada em assessoria de comunicação ou eventos em órgãos públicos, agências de comunicação ou empresas. Experiência na elaboração de projetos de eventos, incluindo planejamento, coordenação e organização de todas as suas fases (pré-produção, produção e pós-produção). Capacidade de desenvolver roteiros, estratégias de comunicação e ações de divulgação, além de acompanhar montagem de estruturas físicas e prestar suporte durante a realização dos eventos. Habilidade para propor e implementar estratégias de comunicação voltadas à ampliação do alcance e impacto dos eventos institucionais, com domínio de idiomas e habilidades de gestão de equipes e recursos.
--------------------	---

--	--

Prazo de Entrega: execução continuada mensal

Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade estimadas, 12 relatórios mensais de média complexidade equivalem a 1 profissional durante 12 meses.

2.4 Entrevistas coletivas

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do CONTRATANTE junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da Contratante. As atividades incluem:

- Reunião de *briefing* com o CONTRATANTE;
- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues;
- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes;
- Seleção de convidados e envio de convites;
- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes;
- Averiguação do local de realização do encontro;
- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro);
- Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

Entregável:

- *Briefing*, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva;
- *Mailing* dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados. .

Complexidade:

Baixa	Até 10 jornalistas convidados, com antecedência de até 1 dia.
Média	Até 30 jornalistas convidados, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 50 jornalistas convidados, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

2.5 Planejamento de entrevistas coletivas não presenciais

Descritivo: Planejamento de coletiva/apresentação virtual de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar), pelas redes sociais ou via vídeo, com jornalistas e/ou formadores de opinião. A contratada deverá fazer levantamento

de jornalistas e/ou formadores de opinião a serem convidados; definição de moderador (se necessário); preparação técnica para realização; coletânea de perguntas; análise de dados coletados e repercussão da divulgação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura tecnológica específica serão de responsabilidade da Contratante.

Entregável: Relatório contendo lista de convidados, convite enviado, perfil dos convidados e veículos confirmados, guia de condução da coletiva /apresentação com o papel de cada ator (operador e moderador - se necessário).

Método de classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 7 dias.

2.6 Elaboração de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional

Descritivo: Elaboração de perfil de profissional ou de veículo da imprensa, formador de opinião ou personalidade, que publique ou divulgue conteúdos de interesse da Contratante, nos âmbitos regional, nacional, incluindo informações detalhadas, tais como: nome, histórico, breve currículo, contatos (endereço eletrônico e telefone), respeitando a LGPD, áreas e editorias de atuação, últimas publicações, temáticas abordadas e avaliação no contexto solicitado previamente pela Contratante.

Entregável: Ficha, em formato texto ou apresentação, com o detalhamento do perfil.

Método de classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: 2 dias úteis.

2.7 Acompanhamento de press trip

Descritivo: Designação de profissional sênior para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 formadores de opinião convidados, conforme planejamento previamente aprovado. Os custos para contratação de infraestrutura específica (passagens domésticas e internacionais; hospedagem; diárias de alimentação para o grupo; passeios e atividades; contratação de transporte e guia; seguro-viagem) serão de responsabilidade da Contratante.

Entregável: Relatório de cobertura com a descrição das atividades realizadas em cada dia da viagem, apresentação e análise das percepções dos convidados, identificadas por meio de questionário de entrevista ou pesquisa, contemplando fotos e/ou vídeos de registro das visitas.

Método de classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidade:

Baixa	Viagem com duração de 2 dias.
Média	Viagem com duração de 3 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias após a viagem.

2.8 Planejamento e execução de media training

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e de jornalistas de diferentes mídias, orientações e procedimentos para o contato adequado com jornalistas, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo (se necessário), atividades práticas, por meio da simulação de entrevistas, análise e avaliação conjunta da postura dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance com identificação e definição de responsabilidades do grau de autonomia de cada um dos porta-vozes para cada assunto.

Entregável: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação.

Complexidade:

Baixa complexidade	Treinamento de 1 porta-voz contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com carga horária de até 4 horas.
Média complexidade	Treinamento de até 4 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com carga horária de até 4 horas.
Alta complexidade	Treinamento de até 6 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo. Carga horária de até 6 horas.

Prazo de entrega: Até 7 dias após o treinamento.

2.9 *Media training* à distância

Descritivo: Treinamento de porta-voz para relacionamento com a imprensa. O treinamento deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento - serão colocados em prática em simulações de entrevistas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante o *media training*, os instrutores farão sugestões de correção de postura e /ou ajuste de discurso, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo. Na modalidade à distância, deverão ser utilizadas plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar).

Entregável: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de participantes e carga horária mínima.

Complexidade:

Baixa complexidade	Treinamento à distância de até 2 porta-vozes para até 3 meios de comunicação. Carga horária de até 2 horas.
Média complexidade	Treinamento à distância de até 6 porta-vozes para até 3 meios de comunicação. Carga horária de até 2 horas.
Alta complexidade	Treinamento à distância de até 15 porta-vozes para até 3 meios de comunicação. Carga horária de até 2 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento

3. MONITORAMENTO DE MÍDIA E ANÁLISE

3.1 Auditoria de imagem nacional e regional

Descritivo: Auditoria mensal de exposição das entidades a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença do órgão nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do órgão.

Entregável: Relatório analítico mensal (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, identificando as formas como os públicos estratégicos constroem a imagem do CONTRATANTE e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: mensal 5º dia útil.

3.4 Analista de Mídia

Descritivo: Levantamento, interpretação da cobertura da mídia e elaboração de análise sobre os temas estratégicos e prioritários do Contratante e/ou análise de repercussão de temas, programas ou ações veiculados nos principais veículos.

Entregável: Relatórios executivo analíticos, com foco em reputação, imagem institucional, percepções públicas, potenciais riscos, para subsidiar a tomada de decisão da alta gestão.

Método de Classificação de complexidade: perfil profissional, período de análise e prazo de entrega.

Complexidade:

Alta complexidade	Profissional com nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com no mínimo 10 anos de atuação comprovada em assessoria de comunicação ou eventos em órgãos públicos, agências de comunicação ou empresas. Ampla experiência em análise de mídia e dados.vDomínio de ferramentas de monitoramento de mídia (ex: Google Alerts, Meltwater, Talkwalker, Mention, Stilingue, etc.). Capacidade de elaboração de relatórios analíticos e dashboards com indicadores de exposição midiática, sentimentos e tendências. Excelente redação e capacidade de síntese para produção de relatórios executivos. Conhecimento das dinâmicas e algoritmos de plataformas digitais e redes sociais. Noções de gerenciamento de crise de imagem e comunicação estratégica. Período de análise: diário Prazo de entrega: até às 10h da manhã
-------------------	---

Prazo de entrega: Serviço continuado mensal

Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade estimadas, 12 relatórios mensais de alta complexidade equivalem a 1 profissional durante 12 meses.

4. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

4.1 Cobertura fotográfica para agenda de autoridades

Descritivo: Cobertura fotográfica de agenda dos porta-vozes, especialmente reuniões e eventos, de forma contínua, nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, ou em viagem, conforme agenda das autoridades assessoradas.

Entregável: Relatório mensal com descrição de todo material produzido, além de arquivos digitais das fotos, em alta resolução. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem. A entrega das imagens deverá ser feita por meio da disponibilização instantânea dos arquivos digitais finais em plataformas online do órgão (como Flickr, Google Drive ou similares), seguindo orientação do CONTRATANTE.

Método de classificação da complexidade: Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço (qualificação, experiência e profissional).

Complexidade:

Média complexidade:	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de no mínimo 5 anos de experiência em fotojornalismo e tratamento de imagem. Prazo de entrega do relatório: mensal.
Alta complexidade	perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de no mínimo 8 anos de experiência em fotojornalismo e tratamento de imagem. Prazo de entrega do relatório: mensal.

4.2 Produção de material audiovisual para banco de imagem

Descritivo: Produção de material audiovisual (fotos e clipes de imagem) para ilustração e alimentação de banco de imagem sobre temas relevantes para a CONTRATANTE, sendo passível de viagem. O custo de deslocamento será de responsabilidade do CONTRATANTE.

Entregável: arquivos brutos ou editados de fotos e vídeos em nuvem ou hd externo.

Método de classificação da complexidade: Perfil das equipes (qualificação, experiência e profissional) e período de captação.

Complexidade:

Baixa Complexidade	Produção de fotos e/ou vídeos ao longo de até 2 dias, excluindo deslocamento, por profissional fotográfico ou videomaker para produção de fotos e/ou vídeos de temas relacionados à CONTRATANTE, com, no mínimo, 2 anos de experiência em captação e edição de foto e vídeo. Prazo de entrega: até 5 dias úteis após a captação
Média Complexidade	Produção de fotos e/ou vídeos ao longo de até 7 dias, excluindo deslocamento, por profissional fotográfico ou videomaker para produção de fotos e vídeos de temas relacionados à CONTRATANTE, com, no mínimo, 5 anos de experiência em captação e edição de foto e/ou vídeo. Prazo de entrega: até 10 dias úteis após a captação
Alta Complexidade	

Produção de fotos e/ou vídeos ao longo de até 15 dias, excluindo deslocamento, por profissional fotográfico ou videomaker para produção de fotos e vídeos de temas relacionados à CONTRATANTE, com, no mínimo, 5 anos de experiência em captação e edição de foto e vídeo.

Prazo de entrega: até 20 dias úteis após a captação

4.3 Cobertura jornalística e/ou institucional - vídeo release

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo de eventos, ações e projetos do CONTRATANTE elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de pauta/roteiro criado e aprovado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O vídeo deve ser legendado em Português.

Entregável: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação, equipe utilizada na produção e prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa Complexidade	1 dia de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis após a captação.
Média Complexidade	Até 2 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após encerrada a captação
Alta Complexidade	De 2 a 5 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação

4.4 Cobertura jornalística e/ou institucional – vídeo depoimento

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo com captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico para distribuição para a imprensa. Elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O vídeo deve ser legendado em Português.

Entregável: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação e produção, quantidade de depoimentos e prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa Complexidade	1 dia de captação e produção. Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.
Média Complexidade	Até 2 dias de captação e produção. Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.
Alta Complexidade	De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

4.5 Captação e edição de sonora com gravação para rádio, com distribuição por meio digital.

Descritivo: Captação, edição de áudio, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O custo deve prever repórter e equipe técnica. O boletim de rádio deverá ser oferecido de maneira proativa e enviado para emissoras de rádio. Poderá ser exigida a disponibilização para download em meio digital próprio de distribuição.

Entregável: Arquivo de áudio editado e relatório de aproveitamento dos boletins contendo emissoras que fizeram a utilização, área de abrangência e público potencial atingido.

Método de classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

Baixa	Até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 1 dia útil após a produção.
Média	Acima de 1 e até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis após a produção.
Alta	Acima de 3 e até 5 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a produção.

4.6 Podcast para imprensa e públicos de interesse

Descritivo: Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou plataformas. O custo deve prever repórter e equipe técnica.

Entregável: Arquivo de áudio editado.

Método de classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

Baixa	Até 10 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis após a produção.
Média	De 11 a 20 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a produção.
Alta	De 21 a 30 minutos. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a produção.

4.7 Projeto editorial

Descritivo: Elaboração de documento com planejamento das diretrizes de um produto editorial (revista, jornal, entre outros). Definição das características do produto (seções, títulos, conteúdos, formatos, imagens), dos objetivos da publicação e temas a serem abordados, da linguagem a ser utilizada, da periodicidade, da distribuição e do cronograma de execução.

Entregável: Arquivo texto detalhado contendo as normas do Projeto Editorial, com suas características, tipo de conteúdo e plano geral de funcionamento.

Método de classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis

5. DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS

5.1 Infográficos estáticos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações, ou seja, repassar a mensagem com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esses gráficos são usados para exposições mais dinâmicas em redes sociais e em canais institucionais em ambiente digital. Pode combinar fotografia, ilustração e texto.

Entregável: O infográfico aprovado, em meio digital.

Método de classificação da complexidade: Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos utilizados (foto ou ilustração).

Complexidade:

Baixa	Foto e/ou ilustração existente. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
-------	---

Média	Foto e/ou ilustração a ser produzida. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

5.2 Infográficos dinâmicos

Descritivo: Representação visual da informação, com a utilização de recursos gráficos como fotos, gráficos ou ilustrações. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser utilizado em apresentações, páginas da internet e ambientes digitais a que as entidades tenham acesso.

Entregável: Infográfico aprovado, em meio digital.

Método de classificação da complexidade: Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos estáticos (foto ou ilustração) e dinâmicos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5) utilizados.

Complexidade: _

Baixa	Foto e/ou ilustração existente, e animação de áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: até 5 dias úteis.
Média	foto e/ou ilustração existente, e animação em flash. Prazo de entrega: até 10 dias úteis.
Alta	foto e/ou ilustração existente, e animação em 2D ou HTML5. Prazo de entrega: até 15 dias úteis.

5.3 Projeto gráfico

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou *webs*, *newsletters*, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no *briefing* de trabalho.

Entregável: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

Método de classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas;
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 páginas.
-------	-----------------

	Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 11 até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

5.4 Diagramação / editoração de publicações impressas

Descritivo: Organização do conteúdo e dos elementos gráficos em espaço determinado, em projeto gráfico (leiaute) previamente aprovado, devendo incorporar os princípios do design gráfico para manter a identidade da peça ou publicação.

Entregável: Peça ou publicação diagramada, em arquivo digital, para impressão.

Método de classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 11 até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

5.5 Diagramação de apresentações eletrônicas

Descritivo: Formatação de arquivo de apresentação para projeção ou exibição eletrônica, conforme conteúdo e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

Entregável: Apresentação em programa (*software*) previsto no *briefing*, em arquivo digital.

Método de classificação da complexidade:

- Quantidade de lâminas de apresentação;
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 20 lâminas. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	De 21 até 50 lâminas. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	De 51 até 100 lâminas. Prazo de entrega: Até 7 dias.

5.6 Peças de design gráfico

Descritivo: Produção de design em peças gráficas digitais com conteúdo jornalístico e/ou institucional, adequadas a cada plataforma em que será divulgado o conteúdo.

Entregável: Peças produzidas e diagramadas, em arquivo digital, em alta resolução.

Método de classificação da complexidade:

- Quantidade de peças.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Pacote de produtos que envolve, no mínimo 1 e máximo 5 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas, entre outros.) Prazo de entrega: Até 2 dias
Média	Pacote de produtos que envolve, no mínimo 6 e máximo 10 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas) Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Pacote de produtos que envolve no mínimo 11 e no máximo 15 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas) Prazo de entrega: Até 7dias.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

Da estimativa de quantidades:

PLANILHA COM QUANTIDADE ESTIMADAS

	PRODUTOS ESSENCIAIS - ESPECIFICAÇÕES	QUANTIDADE ANUAL	COMPLEXIDADE	VALOR MEDIANA TOTAL
1.	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO			
1.1	Diagnóstico e matriz estratégica	1	Média	R\$ 52.472,36
		1	Alta	R\$ 69.831,88
1.2	Plano estratégico de comunicação institucional	1	n/a	R\$ 63.897,59
1.3	Plano de comunicação temático	1	n/a	R\$ 43.163,49
1.4	Avaliação de percepção de imagem com jornalistas	1	Média	R\$ 63.500,79
		1	Alta	R\$ 80.442,48
2.	ASSESSORIA			
2.1	Gerenciamento de Demandas	12	Alta	R\$ 600.000,00
		24	Altíssima	R\$ 1.803.741,96
2.2	Atendimento de Demandas de Comunicação e Produção de conteúdo	36	Baixa	R\$ 1.080.000,00
		48	Média	R\$ 2.121.200,16
		12	Alta	R\$ 632.304,96
2.3	Analista de Comunicação em eventos	12	Média	R\$ 381.000,00
2.4	Entrevistas coletivas	1	Baixa	R\$ 33.644,94
		2	Média	R\$ 91.730,42
		1	Alta	R\$ 14.237,87
2.5	Planejamento de entrevistas coletivas não presenciais	2	n/a	R\$ 20.000,00

2.6	Elaboração de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	1	n/a	R\$	6.412,26
2.7	Acompanhamento de press trip	1	Baixa	R\$	11.300,00
		1	Média	R\$	17.925,00
2.8	Planejamento e execução de media training	1	Baixa	R\$	30.491,68
		1	Média	R\$	42.500,00
		1	Alta	R\$	61.770,97
2.9	Media training à distância	1	Baixa	R\$	37.601,60
		1	Média	R\$	48.140,00
		1	Alta	R\$	62.630,00
3.	MONITORAMENTO DE MÍDIA E ANÁLISE				
3.1	Auditoria de imagem nacional e regional	3	n/a	R\$	173.835,80
3.2	Analista de Mídia	12	Alta	R\$	420.000,00
4.	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO				
4.1	Cobertura fotográfica para agenda de autoridades	12	Média	R\$	209.025,48
		12	Alta	R\$	361.200,00
4.2	Produção de material audiovisual para banco de imagem	1	Baixa	R\$	11.653,12
		1	Média	R\$	22.586,00
		1	Alta	R\$	33.690,00
4.3		3	Baixa	R\$	34.765,01
		3	Média	R\$	46.944,15

	Cobertura jornalística e/ou institucional - vídeo release	1	Alta	R\$ 23.347,04
4.4	Cobertura jornalística e/ou institucional – vídeo depoimento	2	Baixa	R\$ 24.092,13
		2	Média	R\$ 37.078,60
		1	Alta	R\$ 28.503,88
4.5	Captação e edição de sonora com gravação para rádio, com distribuição por meio digital	6	Baixa	R\$ 10.200,00
		6	Média	R\$ 23.845,38
		6	Alta	R\$ 30.442,50
4.6	Podcast para imprensa e públicos de interesse	6	Baixa	R\$ 34.968,48
		5	Média	R\$ 46.850,63
		1	Alta	R\$ 12.768,04
4.7	Projeto editorial	1	n/a	R\$ 18.000,00
5	DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS			
5.1	Infográficos estáticos	1	Baixa	R\$ 3.800,00
		1	Média	R\$ 5.100,00
		1	Alta	R\$ 6.650,00
5.2	Infográficos dinâmicos	1	Baixa	R\$ 11.264,00
		1	Média	R\$ 17.731,00
		1	Alta	R\$ 20.280,00
5.3	Projeto gráfico	1	Baixa	R\$ 15.885,00
		1	Média	R\$ 23.565,68

		1	Alta	R\$	33.051,26
5.4	Diagramação / editoração de publicações impressas	1	Baixa	R\$	15.750,00
		2	Média	R\$	44.462,41
		1	Alta	R\$	30.778,29
5.5	Diagramação de apresentações eletrônicas	1	Baixa	R\$	12.605,42
		1	Média	R\$	19.879,40
		1	Alta	R\$	30.439,97
5.6	Peças de design gráfico	6	Baixa	R\$	29.400,00
		6	Média	R\$	52.554,00
		3	Alta	R\$	42.306,00
VALOR TOTAL				R\$	9.489.239,04

As quantidades anuais apresentadas na tabela acima representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no EDITAL, quanto ao valor de investimento para a contratação. A quantidade anual foi prevista para ser executada de forma não cumulativa, durante cada vigência contratual de 12 (doze) meses.

Em que pese haver estimativa de demandas para a contratação, cumpre ressaltar que o quantitativo estimado tem o objetivo de cumprir com o dever de planejamento como pressuposto ao atendimento ao direito fundamental à boa administração e à realização do interesse público primário. Além disso, por esta contratação ter como definição de parâmetro para pagamento unidades de medida específicas para cada tipo de produto/serviço a ser executado pela contratada, objetivando a mensuração por resultado, a estimativa também deverá servir de base para o dimensionamento dos custos envolvidos na contratação pelos licitantes quando da formulação de suas propostas. Contudo, importante ressaltar que as demandas dos serviços de comunicação são imprevisíveis e dinâmicas.

Da Estimativa de deslocamento (passagens aéreas e diárias) para a licitação de Comunicação institucional.

Não é possível fazer a estimativa real de despesas com emissão de passagens e concessão de diárias uma vez que esses valores podem ser muito variáveis. Principalmente em relação às viagens internacionais, caso ocorram, porque além de depender dos preços das passagens, que geralmente são atrelados ao dólar, o pagamento das diárias também é em dólar.

Na presente contratação, para o alcance da porcentagem, foi utilizado o percentual recomendado nos modelos da Secom/PR. Sendo assim, para o reembolso das despesas com deslocamentos necessários à realização dos serviços, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, será destinado, como limite máximo, o percentual de **até 5% (cinco por cento)** do valor final da proposta de preços vencedora.

Saliente-se que, por se tratar de reembolso, a mera previsão do percentual não gera desvantajosidade na execução contratual, pois se o valor não for utilizado, não gerará gastos ao Órgão.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 10.000.000,00

O valor estimado de 10.000.000,00 (dez milhões de reais), se refere ao valor da Solicitação no Atestado de Disponibilidade Orçamentária, a fim de atender adequadamente às demandas de comunicação do Ministério. O valor final da contratação constará no Termo de Referência, a ser encaminhado para a avaliação da Secom, conforme pesquisa de mercado executada pela área demandante, e não vai superar o valor estimado no ETP.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Utilizando como norma o art. 47, inc II, da Lei n. 14.133/2021, bem como a Súmula n. 247, do Tribunal de Contas da União, tem-se que a divisão do objeto em itens ou lotes é a regra:

Lei 14.133/2021:

Art. 47. As licitações de serviços atenderão aos princípios:

II - do parcelamento, quando for tecnicamente viável e economicamente vantajoso.

Enunciado da súmula 247 TCU

É obrigatória a admissão da adjudicação por item e não por preço global, nos editais das licitações para a contratação de obras, serviços, compras e alienações, cujo objeto seja divisível, desde que não haja prejuízo para o conjunto ou complexo ou perda de economia de escala, tendo em vista o objetivo de propiciar a ampla participação de licitantes que, embora não dispondo de capacidade para a execução, fornecimento ou aquisição da totalidade do objeto, possam fazê-lo com relação a itens ou unidades autônomas, devendo as exigências de habilitação adequar-se a essa divisibilidade.

Conforme se extrai dos dispositivos citados, a regra do parcelamento se dá em decorrência da presunção de que, com a divisão do objeto em parcelas menores, a competitividade aumentará e, conseqüentemente, as chances de alcançar propostas mais vantajosas. Contudo, sabe-se que este raciocínio precisa ser ponderado, em cada caso.

É pressuposto de legitimidade do parcelamento que não haja prejuízo ao todo, à responsabilidade técnica, à solução integral esperada, à gestão das avenças e, também, à economia de escala.

Para uma análise adequada do parcelamento, mostra-se imprescindível conhecer os possíveis **reflexos técnicos e gerenciais** de eventuais divisões, bem como o **mercado** no qual se insere a solução a ser licitada; sopesando se o segmento atua, preponderantemente, nas diversas demandas ou não. Se a resposta para esta última questão for afirmativa, por exemplo, de modo que as empresas atuam preponderantemente nas diversas demandas, é provável que a adoção de agrupamentos reverterá em ganho de economia de escala.

Assim, a equipe de planejamento, bem como a nova estratégia de comunicação, entendeu por bem dividir os contratos de comunicação em dois grandes contratos: de comunicação institucional e de comunicação digital. Apenas assim, seria possível dividir, pois não haveria danos nas execuções contratuais. É certo que, ainda assim, entende-se que haverá momentos em que os dois contratos terão sim de ser conciliados para a prestação completa da demanda de comunicação, mas o reflexo técnico, no entender da Aescom, não seria atingido.

A coexistência de muitas empresas atuando em um processo de construção de uma solução de comunicação traria dificuldades à execução, pois cada uma daria as informações decorrentes do item sob sua execução e não haveria uma visão global da problemática do órgão e das possibilidades de atuação. Dessa forma a estratégia de comunicação do MIDR ficaria fragmentada e restrita a determinados itens. Por outro lado, os interesses individuais de cada contratada poderiam passar a contaminar a proposição da melhor solução e subtrair a necessária agilidade e eficiência.

É evidente que quando há mais de uma empresa envolvida em partes de uma atividade interdependente, eleva-se o risco de comprometer a execução, gerando insucesso nas entregas. Desmembrar os serviços e trazer novos contratos para o Ministério, também aumentaria a complexidade da gestão, o que onera a Administração Pública.

A presente licitação visa a contratação de empresa especializada em prover soluções integradas para a prestação de serviços inter-relacionados de comunicação institucional. Embora o edital apresente itens de serviços/produtos e até estimativas de quantitativos individualizadas, não se tratam de itens isolados de um cardápio, mas de propor soluções que utilizem possibilidades contratuais a fim de compor estratégias de comunicação que visem obter o melhor resultado das divulgações para o Órgão junto aos seus públicos de interesse.

Some-se aos argumentos apresentados que não há possibilidade de dividir serviços do Projeto Básico sem correr o risco de sobreposição de objeto e do MIDR ter que arcar com gastos desnecessários ou despesas em duplicidade.

A Aescom/MIDR objetivou realizar uma contratação focada na integração dos diversos serviços de comunicação, unindo serviços de monitoramento e avaliação de notícias ao preparo de respostas aos veículos de imprensa e ao assessoramento às autoridades do Órgão.

É a partir desse assessoramento e do atendimento às demandas de imprensa que será identificada a necessidade de “entrevista coletiva” para prestar esclarecimentos a um conjunto de diferentes veículos de comunicação e de forma simultânea, por exemplo.

Como é bastante complexo atender demandas de diversos representantes da imprensa nacional e regional conjuntamente, pode ser que a autoridade precise de treinamento e, nesse caso, antes de enfrentar situações delicadas, pode ser identificada a necessidade de treinamento e capacitação para porta-vozes, que é o “*media training*”. O profissional que presta serviços de assessoramento para autoridades é o primeiro a perceber as deficiências de fala, postura, vícios de linguagem e inadequações diversas para apresentações na mídia. Além disso, ele saberá se existe carência de um determinado porta-voz que possa ser resolvida por esse treinamento específico. O trabalho resultará em uma autoridade preparada para falar com repórteres, especialmente de TV, em pronunciamentos ao vivo e participação em coletivas de imprensa. O “*media training*” capacita os porta-vozes do órgão a se apresentarem diante das câmeras e dos jornalistas com segurança e tranquilidade.

Um outro exemplo de serviço que poderia à primeira vista ser considerado comum, mas que é parte integrante de serviços de comunicação mais complexos para o Órgão é o de “produção de fotografias”. Caso as imagens fizessem parte de um book ou fossem utilizadas para uma rede social como Flickr, por exemplo, elas poderiam ser produzidas separadamente e por demanda. Ocorre que, não é esse o caso do MIDR. A produção dessas fotografias deverão estar alinhadas a pautas previamente direcionadas para integrar matérias, compor postagens nas redes sociais, publicações e divulgações do Órgão com *briefing* definido. Essas imagens, além de produzidas também deverão ser editadas, separadas e catalogadas por temas diversos para outro serviço, a “gestão de banco de imagens”.

Seria ineficaz ainda separar a produção, da gestão de banco de imagens e da seleção de pautas, já que elas precisam estar associadas a temas de interesse do Ministério. Já a “gestão de banco de imagens” permitirá que as fotografias sejam utilizadas posteriormente para ilustrar materiais de comunicação. Se separarmos os serviços relacionados à pré-produção, captação, produção, seleção, edição e gestão de imagens, corremos o risco de fragmentar o trabalho relacionado à parte visual das mensagens a serem divulgadas e, assim, causar dificuldade na gestão da comunicação em geral, que precisa estar integrada para comunicar corretamente os assuntos pretendidos. Ao mesmo tempo em que, segmentados os serviços, o banco de imagens poderia conter milhares de fotos inúteis às divulgações do MIDR, haja vista que estaria dissociado das pautas, das matérias, das postagens e outras divulgações do Órgão.

Os fotógrafos precisam também acompanhar as autoridades durante suas atividades cotidianas para registrarem aquelas mais importantes, estando alinhados ao trabalho de assessoria a autoridades para produção de matérias e outras pautas do Órgão. Ressalte-se que é necessário, inclusive, que esses fotógrafos viajem constantemente para acompanhar as autoridades e produzir imagens adequadas às pautas do portal, da intranet e inclusive das redes sociais. Frise-se que nesse ponto um contrato dependerá do outro, pois o serviço de produção de conteúdos para redes sociais será contratado em licitação de comunicação digital. Todavia, nesse aspecto entendemos que não haverá perda técnica, já que, além da pauta fotográfica seguir a linha estratégica da solução da comunicação como um todo, não haverá sobreposição contratual, e ainda haverá vantagem e economicidade por existir apenas uma contratação nesse sentido no órgão.

O “atendimento de demandas de comunicação e produção de conteúdo” requer produção de artigos, notas, respostas institucionais e imediatas à imprensa e gerenciamento de crise desde sua prevenção. Esse serviço integra a inteligência da empresa para formulação de estratégias de comunicação e deverá estar diretamente ligado ao serviço de “atendimento, articulação, produção e envio de respostas a demandas de veículos de comunicação”. Da interligação desses dois serviços dependerá o sucesso da relação do Órgão com a mídia e ela se refletirá e interferirá na disseminação de notícias positivas, negativas ou neutras sobre o Órgão e seus programas.

“Receber, coordenar, articular, encaminhar e acompanhar as demandas de comunicação das unidades do Órgão” é, por analogia, o coração da Aescom. Os profissionais que tratarem desse trabalho, receberão insumos das áreas do MIDR e serão os interlocutores entre as demandas das secretarias e a comunicação. Esses profissionais que prestarão esse serviço terão que encaminhar as solicitações de imprensa às áreas, orientando os porta-vozes das secretarias para tratar junto à imprensa, dos programas e ações do Ministério, de forma alinhada aos pronunciamentos das autoridades. A articulação com as unidades trará insumos para o atendimento, produção e envio de respostas para a imprensa. Inclusive auxiliando a identificar os momentos mais apropriados para realizar “contatos proativos com veículos de comunicação para prospecção de pautas com elaboração e envio de releases, notas e outros conteúdos para a imprensa”.

Entre outras tarefas, os responsáveis pelo “atendimento à imprensa” precisarão distribuir e acompanhar as atividades a serem realizadas por profissionais cujas atribuições são rotineiras e fundamentais para uma Assessoria Especial de Comunicação Social: “produção de conteúdos”. Além das tarefas relacionadas à produção de conteúdo e imagem, a equipe que trata do “gerenciamento de demandas” distribuirá tarefas para o analista de eventos e de algumas atividades correlatas, tais como “criação de projeto gráfico” e “diagramações”.

Para a “organização de eventos” normalmente são necessários diversos produtos de comunicação, que compõe a “produção, coordenação e organização”. Por exemplo: um folheto com conteúdo de ações do MIDR que vai precisar da diagramação, uma apresentação para a autoridade que pode solicitar uma “produção fotográfica”, o “envio de releases à imprensa”, e a “elaboração, edição de texto e captação de sonora com gravação para rádio”. Além disso, todo evento requer a “produção de texto ou matéria para divulgação nos canais institucionais do MIDR”.

Já os trabalhos de “design aplicado ao RP” pode partir de demandas das unidades e do próprio ministro ou secretários. Assim como as “peças gráficas ou apresentação” que poderão ser utilizadas para promover o endomarketing e facilitar a comunicação interna, divulgando notícias e acontecimentos de interesse do Órgão para servidores e colaboradores. A “diagramação de boletim e comunicado” pode ser solicitadas para promover a comunicação do MIDR e suas secretarias para gestores e interlocutores estaduais e municipais e irão utilizar o trabalho de “produção, edição e revisão de conteúdos”.

Caso os objetos desses serviços sejam parcelados, o órgão terá que gerir diversas tarefas isoladamente, o que é caro, ineficaz e, e poderia levar o Ministério à ineficácia. O parcelamento de serviços resulta em esforços superpostos, ineficiência, incompatibilidade de estratégias e mensagens. A

divisão do objeto e adjudicação a mais de uma empresa, no presente caso, pode não atender ao intento do Órgão que busca nessa contratação atender aos princípios da razoabilidade e da economicidade. O que pode interferir negativamente na gestão de recursos e no orçamento governamental.

Além disso, quando há mais de uma empresa executando tarefas interdependentes o risco de haver um trabalho inconcluso ou mal feito é elevado. Uma delas pode perder o tempo da execução da tarefa e tal fato vir a comprometer o resultado do trabalho da outra e gerar conflito e insucesso na execução. No final das contas, o prejudicado é o Órgão.

Pelos motivos apresentados, entendemos que contratar com foco na solução de serviços de comunicação se mostra tecnicamente mais eficaz do que dividi-los. Especialmente no que diz respeito à atuação em momentos críticos, os quais requerem o máximo de agilidade e exatidão nas respostas aos veículos de comunicação e canais próprios.

Contratar um conjunto de soluções de comunicação agrega economia ao MIDR, que não terá que arcar com as despesas inerentes a muitos processos e que terá custo menor pelos serviços estarem agregados. Além disso tem a possibilidade de não executar alguns dos serviços em determinados momentos trazendo desoneração ao contrato. É sabido que o órgão licitante deve possuir interesse em proporcionar a maior competitividade possível ao certame, porém, o parcelamento do objeto, nesse caso, não se mostra razoável do ponto de vista da eficiência, tampouco financeiramente, pois para a prestação dos serviços de comunicação institucional faz-se necessário montar uma estrutura e alocar profissionais para a sua execução. Havendo divisão na contratação dos serviços será necessária a disponibilização de outras estruturas, que ao invés de reduzir o custo unitário, o elevaria fazendo com que o órgão perdesse o ganho de escala que pode ser obtido com a contratação conjunta.

Por outro lado, os interesses individuais de cada contratada poderiam passar a contaminar a proposição da melhor solução e subtrair a necessária agilidade e eficiência. Além disso, contratações isoladas de produtos resultariam em prejuízo à qualidade dos serviços prestados à Administração, que necessita de uniformidade de estratégias e mensagens, para que a comunicação do órgão seja efetivamente integrada e tempestiva.

Reiteramos que, similarmente ao serviço de publicidade, o serviço de comunicação institucional deve ser licitado sem a segregação de itens, nos termos do previsto no artigo 2º, §3º, da Lei nº 12.232/2010, qual seja: Art. 2º. §3º. “Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação”.

Compreende-se, assim, que o serviço a ser contratado retrata a intenção de a Administração Pública observar as recomendações da Corte de Contas e não pode ser parcelado, além do que já se propõe em institucional e digital, por se tratar de serviço intelectual, intangível e indivisível.

Em resumo, elencamos abaixo os principais benefícios observados com a contratação não-parcelada dos itens de serviços

/produtos de comunicação com a utilização do modelo proposto:

- Uniformidade: evita-se a contradição de informações que pode enfraquecer a reputação do órgão perante a sociedade. Unificar a comunicação é um grande e importante passo para integrar as mensagens e obter maior retorno com a propagação das mesmas;
- Foco único: quando se tem diversos fornecedores atuando de forma independente e pensando apenas em sua atividade (mídias sociais, conteúdo, imprensa, influenciadores, etc.), o resultado, em grande parte dos casos, é a perda do foco na estratégia. O risco é de que sejam transmitidas informações divergentes e/ou incoerentes, com apelos distintos, o que faz com que a imagem do órgão se torne indefinida e pouco confiante, dificultando o engajamento do público de interesse e, conseqüentemente, o alcance dos objetivos do órgão;
- Sinergia: uma mensagem que tenha seu formato planejado e adaptado ao perfil do órgão e do público alvo em cada canal de comunicação, veiculada estrategicamente para ampliar seu impacto conforme as necessidades, é de fundamental importância. Essa sinergia é alcançada com a execução conjunta de alguns produtos/serviços e torna-se pouco possível quando existe a necessidade de transmitir a informação através de agentes distintos em cada veículo. Além disso, é possível a utilização conjunta de ferramentas, o que possibilita melhor aproveitamento orçamentário quando da criação de conteúdos;
- Monitoramento: a mensuração dos resultados, além de uma obrigação da Administração Pública, que visa dar transparência e justificar os investimentos, também é essencial para a identificação de melhores práticas e de necessidades de ajustes. A visão conjunta de alguns produtos /serviços de comunicação preconiza um monitoramento unificado, em que as métricas de cada disciplina convergem para o resultado comum: melhorar o desempenho da organização;
- Rapidez na mudança de rota: a partir do monitoramento, é possível identificar e entender de forma mais objetiva, em cada momento e contexto, o que está facilitando ou dificultando o alcance dos objetivos e, conseqüentemente, o que deve receber mais ou menos atenção, esforço e investimento. Quando a comunicação está segmentada com muitos fornecedores, a gestão da mudança é morosa e pouco eficiente;
- Facilidade de interlocução: principalmente em situações de crise, percebe-se que a utilização conjunta de compostos da comunicação é mais eficiente no encontro de soluções para a transmissão adequada das informações, que são disseminadas de forma coerente e objetiva.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

A contratação em pauta correlaciona-se com as demais contratações de serviços da Assessoria de Comunicação, uma vez que todas tratam de serviços essenciais para auxiliar a execução de atividades de competência da Aescom e para a composição da estratégia de comunicação social do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional. A saber:

- Contrato Administrativo nº 62/2021, PUBLICIDADE (59000.025097/2021-49) Nacional;
- Contrato Administrativo nº 63/2021, PUBLICIDADE (59000.025098/2021-93) Cálix;
- Contrato Administrativo nº 24/2021, COMUNICAÇÃO DIGITAL (59000.006757/2020-10) IN.PACTO;
- Contrato Administrativo Nº 07/2023, GRÁFICA (59000.009273/2021-03) QUALYTÁ.

Contudo, a licitação ora proposta não tem relação de dependência com outras contratações, podendo ser licitada e contratada separadamente.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

As contratações públicas são instrumentos relevantes para auxiliar a realização das políticas públicas. Nesse sentido, o alinhamento com o planejamento estratégico do órgão é vital tanto para que se mantenha o foco no alcance de resultados efetivos para a organização, quanto para a entrega de resultados à sociedade. Essa visão consagra a comunicação social como um componente crucial da organização, uma vez que não há como cingir o alcance da missão institucional, a implementação de políticas públicas, o acesso à informação e a prestação de contas à sociedade sem uma comunicação adequada e estruturada.

A RESOLUÇÃO CEG/MIDR Nº 3, DE 11 DE DEZEMBRO DE 2023, aprovou o Plano Estratégico Integrado no âmbito do Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional para o período de 2023 a 2027. Os trabalhos resultaram em uma proposta para a Cadeia de Valor MIDR estruturada com os processos transversais que permeiam todas as políticas públicas de responsabilidade do Ministério, os processos finalísticos que representam os eixos temáticos da organização, e os processos gerenciais e de suporte que sustentam todos os demais. Na cadeia de valor do plano estratégico identificamos o alinhamento com a área de comunicação Social:

COMUNICAÇÃO: Assessorar os dirigentes nas ações de comunicação social; Atender às solicitações dos órgãos de imprensa; Assessorar as unidades no planejamento de eventos institucionais; Desenvolver canais de comunicação interna e externa; Estabelecer procedimentos de captura de informações e mecanismos de divulgação; Prover o site do Ministério com dados e informações de interesse público, com linguagem simples, de forma intuitiva e tempestiva; e Estabelecer procedimentos de transparência ativa.

DIMENSÃO ESTRATÉGICA (Comunicação Interna e Externa): Garantir a comunicação e a interação do MIDR com os públicos interno e externo, priorizando o uso de ferramentas digitais de comunicação e de linguagem acessível.

DIMENSÃO TÁTICA (Comunicação Interna e Externa): Adequação de linguagem acessível e inclusiva em todos os meios de comunicação do MIDR; Ampliação de canais de comunicação interna.

A contratação em tela está relacionada às atividades das áreas meio e finalísticas do MIDR, à medida em que a comunicação institucional se apresenta como instrumento de disseminação de informações e criação de espaços para o debate de políticas públicas.

Informa-se, ainda, que a contratação de serviços de comunicação institucional tem previsão de ser contemplada no Plano Anual de Contratações (PAC) para o ano de 2026, conforme Documento de Formalização da Demanda (DFD) 47/2025 (5705260), inserido nesse sistema compras.gov.br e no processo SEI 59000.004240/2025-92, e documento de Registro da autoridade competente manifestando ciência da demanda, no mesmo processo eletrônico (5860932).

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

Dentre os benefícios, espera-se o incremento da capacidade de condução sistêmica da comunicação institucional do Ministério, hoje marcada pela limitação de recursos humanos e materiais exigidos para o bom desempenho de suas funções técnicas. Com os serviços prestados, espera-se aumentar o valor agregado pelas ações de comunicação institucional à inserção de temas de promoção da Integração Nacional, do desenvolvimento regional e urbano, capacidade produtiva das regiões, infraestrutura, recursos hídricos etc., apoiando iniciativas capazes de influenciar o conhecimento, a predisposição e o comportamento de segmentos que ainda carecem de maior interlocução.

Ainda como benefício, é esperado que os produtos a serem desenvolvidos nesta contratação permitam o fortalecimento do discurso institucional do Ministério, por meio de ações que integrem e uniformizem, verbal e visualmente, o tratamento das mensagens, conceitos, valores e princípios difundidos, proporcionando o aumento da capacidade do Ministério de prover informação relevante e de interesse público com qualidade, segundo os objetivos estratégicos da Pasta.

O modelo proposto de comunicação almeja o alcance de diversos benefícios, dentre eles:

I - melhorar o rendimento e engajamento dos colaboradores;

II - promover uma melhor apresentação do órgão para a sociedade, público de interesse do Ministério, que o enxergará com uma imagem forte, confiável e coerente (melhorar o posicionamento e reputação do órgão);

III - promover inovação na forma de se comunicar com o público, agregando novas tecnologias para tal;

IV - integrar a comunicação interna com a externa eliminando a possibilidade de que o público receba mensagens divergentes e incoerentes que gerem dúvida, o que pode causar prejuízos para a o órgão;

V - evitar gastos desnecessários com ações ineficientes;

VI - aumentar a abrangência das informações e ações de comunicação;

VII - conquistar a confiança dos públicos-alvo do Ministério;

VIII - alinhar as ideias em busca dos objetivos;

IX - cumprir a obrigação de dar publicidade e transparência aos atos da Administração;

X - aumentar a celeridade e ganhar tempo;

XI - evitar rivalidades entre equipes.

13. Providências a serem Adotadas

Não é necessária a elaboração de cronograma para adequação de ambientes do órgão visando o início da execução dos serviços. Ressalta-se que, atualmente, existe uma empresa prestando os serviços de Comunicação institucional nos moldes propostos, que estão sendo executados no ambiente do órgão, que já encontra-se adequado, podendo demandar alguns ajustes pontuais.

Em princípio, a contratação nos moldes propostos não apresenta peculiaridades que dificultem a fiscalização dos serviços, especialmente por se tratar de remuneração baseada em resultados. Contudo, cumpre ressaltar que, em conjunto com a Coordenação-Geral de Gestão de Pessoas, deverão ser providenciados cursos relacionados a fiscalização e gestão contratual, caso haja o entendimento de que há necessidade de capacitação dos servidores nesse sentido, buscando sempre o aprimoramento do controle dos serviços.

14. Possíveis Impactos Ambientais

Não existe a previsão que a execução dos serviços venha causar impactos ambientais negativos. Os serviços deverão respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando ou mitigando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente adequados. Esta contratação observará em todas as fases do procedimento licitatório as orientações e normas voltadas para a sustentabilidade ambiental.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

Diante de toda a análise desenvolvida no estudo preliminar, considerando as competências atribuídas no Documento de Designação da Equipe de Planejamento, a contratação mostra-se viável em termos de disponibilidade de mercado, forma de prestação dos serviços, competitividade do mercado, não sendo observados óbices ao prosseguimento da presente contratação no formato indicado.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

Despacho: Equipe de Planejamento da Contratação Portaria nº 1723, de 02 de junho de 2024

JOAQUIM IGOR DE SOUZA COELHO

Equipe de apoio



Assinou eletronicamente em 29/09/2026 às 10:19:48.

Despacho: Equipe de Planejamento da Contratação Portaria nº 1723, de 02 de junho de 2024

MARCIO RODRIGO DALLA COSTA HORTA

Equipe de apoio



Assinou eletronicamente em 28/09/2026 às 17:37:28.

CRISTINE BEATRIZ NEIS

Equipe de apoio



Assinou eletronicamente em 30/09/2026 às 18:09:37.