

Estudo Técnico Preliminar 17/2024

1. Informações Básicas

Número do processo:

2. Descrição da necessidade

2.1. O artigo 180 da Constituição Federal prevê que “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico” e para cumprir na íntegra essa determinação constitucional, é imprescindível a contratação de serviços especializados na área de comunicação institucional de forma a prestar contas para a sociedade de todas as políticas públicas e ações desenvolvidas pelo Ministério do Turismo para impulsionar e fortalecer a atividade no Brasil. Isso é possível por meio de uma comunicação eficaz com variados grupos, tais como gestores, servidores, turismólogos, guias de turismo, estudantes de turismo, investidores, trade turístico, comunidade acadêmica, empreendedores, entre outros. Para tanto, faz-se necessária a contratação de empresa habilitada para a disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível aos jornalistas, veículos, empresas de comunicação e outras, atendendo tanto aos anseios dos canais de imprensa, como aos elementos de relevância no relacionamento da Assessoria de Comunicação Social do Ministério do Turismo – ASCOM/MTur com os distintos públicos de interesse.

2.2. A contratação visa adequar as demandas atuais do MTur em comunicação pública, em especial, da sua área de comunicação, com o acompanhamento da presença do órgão e de seus porta-vozes nas mais diversas plataformas midiáticas. Visa, ainda, a identificar e antecipar os eventos com potencial de se transformar em notícia e informação de interesse público ao cidadão e aos demais grupos de relacionamento. A mesma contratação permitirá o melhor posicionamento do Ministério e contribuirá, igualmente, para fortalecer a imagem institucional e dos programas e ações, bem como atuar durante uma eventual crise por meio de ações de gestão e gerenciamento de crise. Dar a devida publicidade às políticas, aos projetos, às ações e aos programas empreendidos, com disseminação de informação e desenvolvimento de estratégias de comunicação pública de qualidade é competência precípua do MTur, por meio de sua ASCOM.

2.3 Portanto, presente contratação faz-se necessária para auxiliar o Ministério do Turismo, por meio da Assessoria Especial de Comunicação, no desempenho de sua missão institucional, contribuindo para o desafio de fortalecer a comunicação do Ministério com a sociedade brasileira e estrangeira.

2.4 Da publicação da Medida Provisória Nº 1.154, de 1º de janeiro de 2023, posteriormente Convertida na Lei nº 14.600, de 2023, estabeleceu-se a organização básica dos órgãos da Presidência da República e dos Ministérios, pelo desmembramento do Ministério da Cultura, foram criados o Ministério do Turismo e o Ministério da Cultura.

2.5 Neste sentido, de acordo com o art. 48 da referida Lei, o Ministério do Turismo atualmente tem a competência de promover a política nacional de desenvolvimento do turismo sustentável; promoção e divulgação do turismo nacional, no País e no exterior; estímulo à inovação, ao empreendedorismo e às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas; planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e dos programas de incentivo ao turismo; criação de diretrizes para a integração das ações e dos programas para o desenvolvimento do turismo nacional entre os governos federal, estaduais, distrital e municipais; formulação, em coordenação com os demais Ministérios, de políticas e de ações destinadas à melhoria da infraestrutura, à geração de emprego e renda, ao enfrentamento de crises, resiliência e ações climáticas nos destinos turísticos; incentivo a programas de financiamento e acesso ao crédito e gestão do Fundo Geral de Turismo (Fungetur); e regulação, fiscalização e estímulo à formalização, à certificação e à classificação das atividades, dos empreendimentos e dos equipamentos dos prestadores de serviços turísticos, conforme o **Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023**, que criou e aprovou a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério do Turismo e remanejou cargos em comissão e funções de confiança, possuindo a seguinte estrutura organizacional:

Art. 2º O Ministério do Turismo tem a seguinte estrutura organizacional:

I - órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado do Turismo:

- a) Gabinete;
- b) Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos;
- c) Assessoria Especial de Controle Interno;
- d) Assessoria Especial de Assuntos Técnicos;
- ~~e) Assessoria de Comunicação Social;~~
- e) Assessoria Especial de Comunicação Social; (Redação dada pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- ~~f) Assessoria de Relações Internacionais;~~
- f) Assessoria Especial de Relações Internacionais; (Redação dada pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- g) Assessoria de Participação Social e Diversidade;
- h) Ouvidoria;
- i) Corregedoria;
- j) Consultoria Jurídica; e
- ~~k) Secretaria-Executiva;~~
- k) Secretaria-Executiva: (Redação dada pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- 1. Diretoria de Gestão Estratégica; e (Incluído pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- 2. Subsecretaria de Administração; (Incluído pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- II - órgãos específicos singulares:
- ~~a) Secretaria Nacional de Planejamento, Sustentabilidade e Competitividade no Turismo;~~
- a) Secretaria Nacional de Políticas de Turismo: (Redação dada pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- ~~1. Departamento de Planejamento, Inteligência, Inovação e Competitividade no Turismo;~~
- 1. Departamento de Ordenamento, Inteligência e Desenvolvimento do Turismo; (Redação dada pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência
- 2. Departamento de Qualidade, Sustentabilidade e Ações Climáticas no Turismo; e
- 3. Departamento de **Marketing**, Eventos e Expansão Digital; e
- b) Secretaria Nacional de Infraestrutura, Crédito e Investimentos no Turismo:
- 1. Departamento de Infraestrutura Turística; e
- 2. Departamento de Investimentos, Crédito, Parcerias e Concessões no Turismo; e
- III - órgãos colegiados:
- a) Conselho Nacional de Turismo;
- b) Comitê Interministerial de Facilitação Turística;
- c) Comitê Interministerial de Gestão Turística do Patrimônio Mundial; e
- d) Comitê Consultivo do Cadastro Nacional dos Prestadores de Serviços Turísticos.

2.6 O Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023 ainda definiu as competências da Assessoria Especial de Comunicação Social, como órgão de assistência direta e imediata ao Ministro do Turismo, em seu art. 7º:

Art. 7º À Assessoria Especial de Comunicação Social compete: (Redação dada pelo Decreto nº 11.931, de 2024) Vigência

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, de acordo com as orientações da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - assessorar o Ministro de Estado e as unidades do Ministério nos assuntos de comunicação social;

III - definir estratégias de divulgação das ações e dos serviços do Ministério;

IV - gerir o sítio eletrônico e a intranet do Ministério e a estratégia de comunicação institucional em suas redes sociais; e

V - acompanhar, gerir e promover a divulgação das ações realizadas pelo Ministério junto à mídia, assim como monitorar temas relacionados ao turismo nacional e ao internacional.

2.7 De acordo com o Decreto, a ASCOM tem a atribuição institucional de promover a divulgação das políticas públicas vinculadas ao Ministério do Turismo, levando ao conhecimento da população brasileira, informações sobre as ações realizadas.

2.8 No cumprimento de suas funções, a Assessoria Especial de Comunicação Social necessita investir anualmente recursos públicos na produção e divulgação das ações e programas da Pasta, garantindo a disseminação de informações sobre direitos e serviços. Para isso, é imprescindível competência comunicativa e habilidade para fixar conceitos e alterar certas percepções superficiais ou distorcidas sobre os programas do Ministério.

2.9 Para o atendimento às demandas de comunicação institucional, é essencial implantar uma estrutura organizada de cobertura da agenda institucional das autoridades da Pasta, treinamento de porta-vozes, gerenciamento e atendimento à imprensa nacional, regional e internacional; planejamento; análise e monitoramento de mídia; produção de conteúdo institucional; relacionamento com os públicos-alvo; prevenção e gerenciamento de crises, com a finalidade de qualificar a relação do MTur com os seus públicos diversos. Essa necessidade surge em função da rápida ampliação do acesso à informação, especialmente com a popularização do acesso à internet e a atuação dos muitos veículos de comunicação que difundem notícias em meio eletrônico, e ainda pelo crescimento global da audiência e pela circulação de todos os tipos de mídias.

2.10 As novas mídias propõem um modelo de comunicação institucional que vai além da produção de conteúdo e atendimento a demandas direcionadas de profissionais de imprensa. Mais dinâmico e direto, esse modelo permite o diálogo com os públicos, exigindo que a Administração Pública esteja sempre atenta e à disposição para esclarecer, destacar e promover positivamente suas pautas. Nesse sentido, a comunicação necessita adaptar-se a essas mídias em sua linguagem, dinâmica e formatos para agregar maior credibilidade e tempestividade às ações de divulgação.

2.11 Não se pode divulgar programas e políticas públicas sem contar com técnicas adequadas de comunicação. É essencial que este Ministério esteja devidamente estruturado, de modo a garantir que a população receba, com agilidade, a informação sobre os programas e projetos. Para tanto, a área de comunicação social precisa atuar com estratégias organizacionais especializadas e inovadoras para cumprir sua missão de informar a sociedade com propriedade e oportunidade, em diversas plataformas de informação, o que reforça a imprescindibilidade da contratação dos serviços requeridos.

2.12 Essa comunicação, eficiente e integrada, para a consolidação da imagem do órgão, deve ser disseminada e ratificada diariamente, a fim de firmar com a sociedade o compromisso, a missão e os valores da instituição.

2.13 Pelo exposto, resta evidente o desafio da área comunicacional em promover a divulgação das ações do Ministério do Turismo. Todavia, Ministério do Turismo não dispõe, em seu quadro de pessoal, de cargos suficientes e recursos humanos para atendimento dos referidos serviços, especificamente na dimensão que a abrangência que o Ministério requer. Vale destacar que dos dois cargos existentes hoje na estrutura da Pasta, um vai se transformar em cargo administrativo restando apenas a posição de Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social. Para tanto, torna-se necessário o apoio com a terceirização do serviço referido que, por sua vez, encontra respaldo legal no art. 3º, inciso I, do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018 e na Instrução Normativa SEGE/MPDG nº 5, de 25 de maio de 2017.

2.14 Isto posto, considerando a necessidade de ampliar a comunicação interna e externa com total transparência, bem como coordenar, formular e implementar ações orientadas para o acesso à informação, o exercício de direitos, o combate à desinformação e a defesa da democracia, prevista para a comunicação do governo, faz-se necessário o estudo visando a escolha da melhor solução para a prestação dos serviços de

comunicação corporativa/institucional, contribuindo para uma comunicação forte e transparente, promovendo o acesso as políticas ministeriais.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
ASCOM	Gustavo José Batista Amaral

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1 Os serviços objeto desta contratação deverão ser 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. 46, inc. I, da Lei n. 14.133/2021.

4.2 Isso, em razão da impossibilidade de se 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 do Turismo, que poderá readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado.

4.3 Ocorre que as demandas de comunicação, em grande medida, são imprevisíveis e acabam por fugir ao planejamento da Administração, especialmente em momentos de crise. Além disso, esse tipo de contrato perdura por mudanças de gestão tanto ministeriais quanto governamentais, o que pode ocasionar mudanças na estratégia de comunicação impossíveis de se prever neste planejamento.

4.4 Quanto à análise da aferição dos serviços se por posto de serviço, hora /homem, mensuração por resultado (produto entregue), ou, ainda, híbrido, concluiu-se que o ideal é a entrega de produtos. Isso porque o Tribunal de Contas da União já se posicionou quanto a contratação por postos de trabalho, por meio do Acórdão 3.489 /2014 – Plenário:

determinar ao Ministério do Meio Ambiente que **adote providências no sentido de que a execução do contrato decorrente do Pregão Eletrônico n. 7/2014 seja sempre precedida de ordem de serviço ou instrumento equivalente, que estabeleça os produtos, ou subprodutos, esperados para cada período de medição**, especificando-se o grau de qualidade exigido e a prévia estimativa do prazo necessário para a sua execução, a fim de que os pagamentos à contratada estejam condicionados à verificação de seu integral e adequado cumprimento, em consonância com os campos definidos no art. 15, inciso IV, da IN/SLTI n. 2/2008, com a prerrogativa explicitada no item 9.4 da minuta de contrato, justificando quando da impossibilidade ou desnecessidade da inclusão de algum desses campos;

(...)

(grifo nosso)

4.5 Além disso, desde a edição da Instrução Normativa nº 05/2017, do então Ministério do Planejamento Desenvolvimento e Gestão - MPDG, as Assessorias de Comunicação do Poder Executivo Federal vem contratando produtos e serviços e não mais mão-de-obra. Até mesmo a Secretaria Especial de Comunicação Social elaborou modelos de contratação nessa formatação.

4.6 Sendo assim, para a presente contratação deverá ser 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 do Turismo, bem como está alinhado às últimas decisões e Acórdãos do Tribunal de Contas da União.

4.7 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.

Forma de execução

4.8 A Contratada deverá responsabilizar-se pela execução da prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de comunicação institucional, envolvendo os serviços de gerenciamento e atendimento (assessoramento direto, atendimento à imprensa, elaboração de perfis de profissionais e veículos, *mailing*, *media training*, *workshops*, atividades de imprensa, relações públicas e *lives* para jornalistas); planejamento (diagnóstico, planejamento estratégico, plano de comunicação, *benchmarking*); análise e monitoramento de mídia (análise de mídia, mapa de temas sensíveis e influenciadores, *clippings*, auditorias de imagem e avaliação de percepção); produção de conteúdo (projeto editorial, pautas, textos, coletivas de imprensa, cobertura fotográfica, reportagem em vídeo, captação e edição de vídeo ou de áudio, legendagem, interpretação e tradução, revisão ortográfica de texto, audiodescrição, *podcast*, *design*, apresentação, diagramação, animação e banco de mídias), publicação de conteúdo jornalístico e institucional, planejamento de *press trip*, e gerenciamento de crise (fluxograma, mapeamento e manual).

4.9 Para atendimento das necessidades deste ministério, será necessária e imprescindível para a execução dos produtos e serviços a observância dos seguintes requisitos mínimos:

- a) Elaboração e edição de matérias institucionais de acordo com os padrões de qualidade jornalística e clareza;
- b) Produção de conteúdo inovador e que respeite as diretrizes determinadas pela Secom;
- c) Relatórios mensais de desempenho que apresentem métricas claras e análise crítica das ações implementadas, permitindo aferição dos resultados e o redirecionamento de estratégias;
- d) Possuir entre os objetivos sociais disposto no ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, a execução de atividades de comunicação social ou atividade compatível;
- e) Capacidade de executar e operacionalizar, sob demanda e mediante autorização prévia da Assessoria Especial de Comunicação Especial, os produtos e serviços relacionados ao contrato, de modo tempestivo e eficiente;
- f) Quando solicitado formalmente pela Contratante, tomar providências de imediato, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais produtos e serviços, desde que não causadas pela própria contratada ou por seus prepostos;
- g) Apresentar declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) a prestação de produtos e serviços elencados por esse órgão, nos últimos 36 (trinta e seis) meses;
- h) A(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão ser apresentadas em papel timbrado assinado, com nome, telefone, cargo e e-mail de identificação dos representantes dos respectivos declarantes;
- i) Deverá comprovar experiência de no mínimo 2 (dois) anos, na execução de pelo menos 50% (cinquenta por cento) de produtos e serviços elencados por esse órgão;
- j) Possuir em seu quadro permanente profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada a comunicação, como experiência comprovada na área, o qual será responsável por coordenar a execução dos serviços;
- k) Declarar que tem pleno conhecimento das condições necessárias para a prestação do serviço;
- l) Quando convocada, deve promover o cadastramento e a assinatura dos documentos como termo de contrato, termos aditivos e demais documentos no Sistema Eletrônico de Informação – SEI ; e
- m) Comprometer-se a não divulgar informações acerca das atividades objeto do contrato sem prévia e expressa autorização da Contratante.

4.9.1 Os requisitos aqui elencados são essenciais para garantir que a empresa contratada esteja alinhada com as necessidades do Ministério do Turismo e possa oferecer os resultados esperados. A contratação deverá atender a esses requisitos.

4.9.2 Os serviços objeto desta contratação deverão ser 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 inc. XXVIII do art. 6º da Lei nº 14.133/2021. 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 do Turismo, respeitado o valor contratual fixado.

4.9.3 Para atuação nessa área é fundamental que a Contratada seja uma empresa especializada em comunicação institucional, estabelecida no país, em situação trabalhista e tributária regular, com conhecimento e experiência na integração dos instrumentos de diagnóstico, mapeamento, planejamento, gestão estratégica, levantamento de mídia, avaliação e gerenciamento de crises, desenvolvimento de ferramentas com base em tecnologias modernas, assessoria de imprensa, relações públicas, *media training* e auditoria de imagem, em especial, experiência na definição e condução de estratégias de comunicação para políticas públicas e imagem institucional para o setor público.

4.9.4 A empresa a ser contratada deverá atuar de forma proativa, com planejamento claro e conciso, elaborando ações de comunicação que proponham à sociedade e aos meios de comunicação aquilo que o Ministério pretende informar, bem como atenda de maneira firme e positiva às demandas que este venha a propor, concorrendo para viabilizar ações de comunicação estrategicamente estruturadas de modo a permitir a obtenção dos resultados definidos.

4.9.5 A complexidade do serviço a ser prestado, bem como a necessidade de expertise e inteligência na sua execução requer a coordenação de ferramentas de comunicação, sempre de modo pronto e tempestivo, fazendo-se necessária a contratação de empresa especializada para dar suporte à ASCOM/MTUR nesta tarefa, possibilitando o atendimento das necessidades comunicacionais do órgão.

4.9.6 Conforme exposto na Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, a comunicação institucional (jornalismo e relações públicas) abrange as ações de comunicação, que reúnem estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa, numa atuação democrática, diversificada e transparente.

4.9.7 Assim sendo, os serviços de comunicação institucional compreendem a prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação que visam apoiar o órgão no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação junto a públicos de interesse para difusão de ideias e princípios, posicionamento da instituição e de seus programas, disseminação de iniciativas e políticas públicas, ou orientação e esclarecimento da sociedade.

4.9.8 A Contratada deve dispor de equipe profissional multidisciplinar experiente de jornalistas, profissionais de relações públicas e especialistas em pesquisa, marketing, planejamento e especialistas em áudio e vídeo, preparada para o atendimento das necessidades da Contratante. A prestação de serviços de comunicação institucional consiste em:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Levantamento de Informação e Análise;
- e) Produção de Conteúdo; e
- f) Prevenção e Gerenciamento de Crises.

4.9.9 Quanto à transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregados, a Contratada deverá atender aos seguintes critérios:

4.9.10.1 A execução dos serviços de comunicação institucional, por definição, leva ao acúmulo de informações, por parte da Contratada, a respeito das rotinas de produção de informações, de relacionamento com a imprensa e com os públicos de interesse e das questões ligadas à comunicação interna.

4.9.10.2. Além disso, toda a massa de informação produzida, seja na forma de texto ou de conteúdos audiovisuais, constitui arquivo de dados estratégicos que devem ser classificados e organizados para manejo posterior.

4.9.10.3. Essas informações são essenciais para o correto cumprimento das atribuições e competências da ASCOM /MTur. Por este motivo, o contrato a ser celebrado deve conter um protocolo de transição, mesmo sem a necessidade de um período de sobreamento, mas de forma a se produzir um relatório sobre as práticas da contratada quanto a:

1.
 - 1.1.
 - a) atendimento à imprensa;
 - b) produção de conteúdo próprio;
 - c) mapeamento de públicos de interesse; e
 - d) arquivo de releases, fotos, vídeos, podcasts e infográficos (sejam estáticos ou dinâmicos).

Da natureza continuada do serviço

4.10 Os serviços prestados de forma contínua são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e continuada, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

4.10.1 A natureza da prestação dos serviços se caracteriza como continuada, pois é imprescindível nos esforços de transparência, *accountability* e compartilhamento de informações junto à sociedade, em aplicação plena do princípio constitucional da publicidade dos atos administrativos, inscrito no caput do artigo 37 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

4.10.2. Ressalta-se, dessa forma, a importância da caracterização dos serviços a serem contratados como de natureza continuada, visto que a sua interrupção poderá trazer prejuízo à Administração no que tange ao cumprimento do objetivo institucional de promover a divulgação de informações relevantes e de interesse público relacionadas à sua atuação, de forma clara e objetiva.

4.1.13. A descontinuidade da prestação do serviço incorrerá na perda da capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação institucional, com redução de valor agregado das informações e danos à imagem da instituição.

4.1.14. Assim, a interrupção do objeto da contratação em tela pode comprometer a continuidade das atividades da Administração. Por tal razão, sua contratação pode estender-se por mais de um exercício financeiro, visto que sua manutenção contínua é imprescindível para o funcionamento das rotinas de comunicação institucional do órgão.

Da vigência contratual

4.11 A contratação terá duração inicial de 12 (doze) meses e poderá alcançar o prazo de até 10 (dez) anos, considerada a maior vantajosidade econômica na contratação plurianual. Deverão ser observadas no início de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção. A Contratante terá a opção de extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

4.12 A vigência do contrato terá início na data de sua assinatura e poderá ser prorrogada sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal (seria o prazo máximo de 10 anos, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, na forma da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.

Da subcontratação

4.13 Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

Da exigência de garantia contratual

4.14 Será exigida a garantia de contratação conforme disposto nos arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, fixada em 5% (cinco por cento) do valor da contratação. Essa exigência é baseada em três fundamentos: a garantia de 5% adotada em editais similares do Governo Federal, a repetição da exigência em contratos similares e a importância da continuidade dos serviços para as operações do órgão.

4.14.1 Portanto, de acordo com a Lei nº 14.133/2021, estabelece-se uma exigência de garantia de 5% do valor do objeto da contratação, com o objetivo de garantir a continuidade dos serviços e o cumprimento das obrigações contratuais.

Participação de consórcio

4.15 Seguindo a mesma linha das contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação de consórcios.

4.15.1 Conforme entendimento dos Acórdãos de nº 1.636/2006-P e 566/2006-Plenário – TCU, Acórdão nº 2869/2012-Plenário, a aceitação de consórcios na disputa licitatória situa-se no âmbito do poder discricionário da administração Contratante, conforme art. 15, caput, da Lei nº 14.133/2021, requerendo-se, porém, que sua opção seja sempre previamente justificada no respectivo processo administrativo.

4.15.2 Na disposição contida no Art. 15 da lei 14.133/2021, embora haja a possibilidade de empresas constituírem consórcios para participarem em processos licitatórios, excepcionalmente nesse caso, a Administração Pública opta pela vedação dessa forma de associação, justificando-se por meio dos seguintes pontos:

- Exigência de especialização e agilidade: A complexidade e especialidade dos serviços de comunicação demandam uma empresa com expertise consolidada e capacidade de rápida resposta, aspectos que podem ser comprometidos pela gestão conjunta de múltiplas empresas consorciadas.
- Facilidade de fiscalização e garantia de qualidade: A contratação de uma única empresa facilita a gestão contratual e a fiscalização dos serviços prestados, proporcionando maior segurança quanto à qualidade e à uniformidade do trabalho executado.
- Riscos de gestão e conflitos operacionais: A formação de consórcio pode acarretar dificuldades operacionais e gerenciais, potencializando conflitos e dificultando a apuração de responsabilidades.
- Integridade da comunicação institucional: Para manter a consistência e coesão das estratégias de comunicação, é primordial que as ações sejam centralizadas em uma entidade que compreenda integralmente os objetivos institucionais do Ministério.
- Limitação de riscos contratual e jurídico: O relacionamento direto com um único prestador de serviço minimiza riscos jurídicos e facilita o gerenciamento de cláusulas contratuais.

4.5.3 Vê-se, portanto, que a vedação ao consorciamento fundamenta-se nos princípios de eficiência, celeridade, economicidade, segurança jurídica e desenvolvimento nacional sustentável previstos nos Art. 5º e Art. 11 da Lei nº 14.133. Tal medida mostra-se essencial para garantir o alinhamento das ações de comunicação com os objetivos estratégicos e os interesses públicos que regem a Administração, assim preservando a capacidade produtiva e a qualidade dos serviços prestados à população.

4.16 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. Portanto, o edital não deve prever a participação de empresas reunidas em consórcio.

Participação de Cooperativas

4.17 Dada a significativa complexidade dos serviços de comunicação corporativa e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos.

BUSCAR TEXTOS SOBRE COOPERATIVAS

Critérios e práticas de sustentabilidade

4.18 Em atendimento ao disposto na Lei 14.133/2021 e tendo em vista a natureza dos serviços de assessoria de comunicação, a contratação prevista não tende a apresentar impactos ambientais diretos significativos. Contudo, é imperativo manter uma abordagem responsável que esteja alinhada com as práticas de desenvolvimento nacional sustentável, conforme preconizado pelos princípios da eficiência, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, todos destacados na referida lei.

4.18.1 Ainda que indiretos, considera-se relevante a adoção de práticas administrativas e operacionais que minimizem impactos ambientais possivelmente correlacionados às atividades contratadas. Assim, a empresa especializada deverá implementar ações como:

4.18.1.1 Otimização do uso de recursos digitais com vistas à redução das impressões em papel, promovendo a digitalização de documentos e a sustentabilidade ambiental.

4.18.1.2 Uso de plataformas e ferramentas digitais que possuam políticas de eficiência energética, minimizando o gasto de energia em servidores e data centers.

4.18.1.3 Gerenciamento eletrônico de documentos para diminuição da necessidade de armazenamento físico e consequente redução de material descartável.

4.18.1.4 Conscientização da equipe envolvida quanto à necessidade de práticas sustentáveis, inclusive no âmbito digital, alinhando as operações com padrões éticos e ecologicamente corretos.

4.18.1.5 Adoção de medidas que promovam a reciclagem de equipamentos e materiais eletrônicos utilizados pela equipe em consonância com os preceitos da logística reversa.

4.19 A presente contratação deverá contemplar ainda conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de comunicação, no âmbito do Termo de Referência e do Contrato, este último na Cláusula Quinta - Obrigações da Contratada, nos termos do modelo de edital disponibilizado pela SECOM aos integrantes do SICOM, da seguinte forma: "adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 144º da Lei nº 14.133/21"

4.20 Destaca-se que tais medidas contribuem para a mitigação de potenciais impactos e estão em harmonia com os objetivos de transparência, eficácia e eficiência que norteiam as contratações públicas, garantindo não apenas a conformidade com a legislação, mas também a valorização de práticas que favoreçam o desenvolvimento sustentável.

Modalidade e tipo de licitação:

4.21 A Instrução Normativa nº 01, de 19 de junho de 2023, da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – Secom/PR, orienta a contratação de serviços de comunicação institucional por meio da modalidade Concorrência:

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 Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021.

§ 2º Os serviços de que trata o parágrafo anterior, devido às suas peculiaridades, são de natureza intelectual, intangível e indivisível.

(...)

Art. 7º A licitação para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será processada na modalidade concorrência. (grifamos)

Art. 35. O julgamento por melhor técnica ou conteúdo artístico considerará exclusivamente as propostas técnicas ou artísticas apresentadas pelos licitantes, e o edital deverá definir o prêmio ou a remuneração que será atribuída aos vencedores.

Parágrafo único. O critério de julgamento de que trata o caput deste artigo poderá ser utilizado para a contratação de projetos e trabalhos de natureza técnica, científica ou artística.

Art. 10. O julgamento das propostas nas licitações para os serviços descritos no §1º do 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 ser fundamentada em conformidade com as características de cada um deles, considerando os termos da presente Instrução Normativa. (grifamos)

4.22 Considerando as pesquisas, análises e estudos realizados para a elaboração do presente Estudo, pela Equipe de Planejamento, e tendo em vista a recomendação da Secom, na IN nº 01/2023, de que cabe à área demandante a opção pelo tipo de licitação, bem como a sua justificativa, passamos ao estudo do melhor tipo de licitação: se “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

4.22.1 Dentre as opções previstas, entende-se pertinente adotar o tipo “melhor técnica”, considerando que esta corresponde aos anseios do Ministério do Turismo, ao possibilitar a contratação da empresa com a melhor qualificação técnica, dentre as licitantes concorrentes.

4.22.2 Vale destacar que a adoção do tipo “melhor técnica” não admite disputa com relação ao preço, estabelecidos no art. 61 da IN SECOM/PR nº 1/2023, abaixo descritos:

Art. 61. Não é admissível disputa, com relação ao preço, quando o critério de julgamento adotado for de melhor técnica, tendo em vista o disposto no art. 35 da Lei nº 14.133, de 2021.

§ 1º O órgão ou entidade responsável pela licitação, quando adotar o critério expresso no **caput**, cuidará para que, no edital, a pontuação mínima necessária para a classificação final das propostas técnicas, seja compatível com a exigência legal de escolha da melhor técnica.

§ 2º Nos casos de empate entre duas ou mais propostas, serão utilizados, pela comissão de contratação, na mesma sessão, os critérios de desempate disposto no art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021.

§ 3º O edital poderá determinar que na sessão referida no §2º do **caput**, os licitantes empatados apresentarão novo percentual de repasse, superior ao fixado no instrumento convocatório, a título de desempate, para fins de cumprimento do inciso I, do art. 60 da Lei nº 14.133, de 2021.

4.23 Ressaltamos que, em uma licitação com o critério de julgamento melhor técnica, a realidade dos preços de mercado é quesito considerado e fundamental para a declaração da proposta vencedora do certame. Tem-se que a combinação do interesse em contratar serviços de qualidade superior e compatível com os desafios institucionais, com um valor máximo de contratação de cada item com base numa extensa e qualificada cotação de mercado, e as propostas de preço das licitantes apresentarão descontos sobre os preços máximos pré-estabelecidos, o que caracteriza clara vantagem para a Administração.

4.23.1 No caso do Ministério, adotaremos o critério melhor técnica, pois o nível de qualificação técnica da empresa a ser contratada é requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, sem descuidar, na licitação, da negociação facultativa do melhor preço com as licitantes mais bem classificadas, de acordo com o § 1º, art. 61, da Lei nº 14.133/21.

4.23.2. Além disso, a prestação dos serviços está vinculada a uma atuação abrangente e qualificada, uma vez que as ações a serem desenvolvidas pela ASCOM situam-se em um perfil geográfico de nível regional, nacional e internacional. Recorde-se que os critérios de escolha do tipo de licitação foram desenvolvidos pela SECOM em atendimento ao Acórdão nº 2.158/2017 - TCU - Plenário, sendo as medidas adotadas consideradas atendidas pelo Acórdão nº 2.801/2018 – TCU - Plenário.

Da quantidade de empresas a serem contratadas

4.24 Entende-se, pelo volume de ações a serem desenvolvidas, que a contratação de 1 (uma) empresa é suficiente para o atendimento das demandas do Ministério do Turismo.

Dos critérios objetivos de pontuação e julgamento

4.25 Nos documentos que irão compor o instrumento convocatório (Edital e Termo de Referência), serão estabelecidos critérios objetivos que garantam, de forma isonômica, a seleção da proposta mais vantajosa para a Ministério do Turismo, em observância ao art. 5º da Lei 14.133/2021.

4.26 Cabe pontuar que o Decreto nº 6.555/2006 dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e determina em seu art. 6º, que:

Art. 6 Cabe à Secretaria de Comunicação Social:

XIV - subsidiar a elaboração de minutas de editais e de projetos básicos para a contratação de prestadores de serviços de assessoria de relações públicas, de assessoria de imprensa, de comunicação digital, de promoção e de pesquisa de opinião encaminhados pelos integrantes do SICOM;

4.26.1 Para a presente licitação, a Subcomissão Técnica levará em consideração os critérios de pontuação e de julgamento dispostos no Termo de Referência, os quais serão balizados pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, pelos modelos de edital disponibilizados pela Secom/PR a todas as Assessorias Especiais de Comunicação do Governo Federal, assim como pelas necessidades do Ministério do Turismo.

Da Comissão de Julgamento

4.27 De acordo com a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e com o Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 os trabalhos das diversas fases do certame estarão a cargo de:

- Comissão de Contratação, que poderá ser em caráter especial ou permanente, a ser constituída e nomeada pela Subsecretaria de Administração do Ministério do Turismo, de acordo com a Lei nº 14.133/2021, para administrar todo o processo licitatório; e

- Subcomissão Técnica, a ser constituída e designada exclusivamente para o julgamento das Propostas Técnicas, de acordo com o previsto no §§ 1º e 2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, e da IN SECOM/PR nº 01/2023, a ser composta por pessoas formadas em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

4.28.1 Conforme disposto na Lei nº 12.232/2010 a presente licitação deverá adotar para a composição da Subcomissão Técnica a quantidade mínima de 3 (três) membros, sendo um deles sem vínculo funcional com o MTUR, com base nas experiências positivas vivenciadas em licitações anteriores.

4.28.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, de caráter temporário, composta por 3 (três) membros e constituída exclusivamente para analisar e julgar as propostas técnicas.

4.28.3 Os servidores internos e externos indicados para composição da relação dos nomes hábeis ao sorteio deverão cumprir, conforme art. 41, da IN SECOM/PR nº 1/2023, os seguintes requisitos para integrar subcomissão técnica:

a) possuir qualificação técnica evidenciada pela formação em cursos superiores, em nível de graduação ou pós graduação, das áreas de comunicação ou pela atuação numa destas áreas correlata ao objeto da contratação;

b) ser servidor ou empregado público;

c) não possuir vínculo contratual ou funcional, direto ou indireto, com licitante ou com o respectivo sócio ou dirigente;

d) não ser cônjuge ou companheiro de sócio ou dirigente de licitante, nem ter com eles vínculo de parentesco, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau; e

e) não atuar e não ter atuado de forma relevante, em outras etapas, no âmbito do mesmo processo licitatório.

4.28.4 Diante da ausência de formação referida na letra "a" do item 4.28.3, o preenchimento do requisito de atuação será alcançado pelo exercício, nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta, de atividades de comunicação que envolvam conhecimento preponderante nas áreas relacionadas ao objeto da contratação.

4.28.5 O período de quatro anos, mencionado no subitem anterior, terá como marco de contagem retroativa a constituição efetiva da subcomissão técnica.

4.28.6 Os servidores ou empregados públicos sorteados para integrar subcomissão técnica, prestarão compromisso formal, antes de sua nomeação, atestando que atendem todas as exigências contidas nas letras do item 4.1.30, devendo reportar à comissão de contratação eventual enquadramento superveniente.

4.28.7 Após a publicação do edital da licitação, o MTUR providenciará os nomes de servidores ou empregados públicos que atendam aos requisitos dispostos no item 4.27, a fim de compor a relação de sorteio para Subcomissão Técnica.

4.28.8 Após o exame do atendimento dos requisitos exigidos no item 4.28.3, o Ministério do Turismo informará à SECOM a lista dos nomes para o sorteio, para a devida validação, antes de sua publicação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no Diário Oficial da União (DOU).

4.28.9 A composição da subcomissão técnica obedecerá às seguintes disposições:

- a) será composta por membros titulares e membros suplentes, em igual número;
- b) será constituída por, pelo menos, três membros titulares escolhidos por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação prévia que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados na forma do item 4.28.1;
- c) a relação prévia será publicada no PNCP e no DOU, facultando-se sua publicação na página institucional do MTUR, com a antecedência mínima de 10 (dez) dias da sessão pública marcada para o sorteio;
- d) os membros suplentes serão escolhidos por sorteio, na mesma sessão pública de escolha dos titulares, entre os nomes remanescentes da relação prévia;
- e) a ordem de sorteio dos suplentes determinará a ordem para fins de convocação em casos de impedimento do titular;
- f) conforme previsão legal, é obrigatório que pelo menos um terço dos membros não possua vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o MTUR, salvo se transcorrido um ano do seu desligamento; e
- g) A Secom informará os nomes dos profissionais sem vínculo com o MTUR, para compor a lista de candidatos da qual serão extraídos, por sorteio, os integrantes da subcomissão técnica, que atendam aos requisitos dispostos no item 4.27.

4.28.10. A disponibilização dos dados dos agentes públicos obedecerá às diretrizes contidas na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

4.28.11. A Comissão de Contratação se certificará do cumprimento dos requisitos para integrar subcomissão técnica, reportando qualquer fato que possa implicar impedimento ou suspeição de membro.

4.28.12. O encargo de membro de subcomissão técnica não poderá ser recusado pelo servidor ou empregado público, salvo motivo plenamente justificável, a critério de autoridade do MTUR responsável pela licitação.

4.28.13. Considera-se como vínculo contratual ou funcional indireto, para fins do disposto na letra "c" e na letra "f", a vinculação com a atividade principal do MTUR ou com a atividade que integra a cadeia produtiva do licitante.

4.28.14. Constituem obrigações dos membros da subcomissão técnica no exercício de suas atribuições:

- a) guardar sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até a sua divulgação ao público;
- b) não se valer de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza;
- c) assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório; e
- d) agir dentro dos limites de sua atuação, com observância, em especial, aos princípios da moralidade, da imparcialidade e da impessoalidade.

4.28.16 Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo.

4.28.17 A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas pelos licitantes para julgamento das suas Propostas Técnicas.

4.28.18 A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão CONTRATANTE ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

4.28.19 Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão CONTRATANTE ou de origem.

4.28.20 Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão CONTRATANTE ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.

4.28.21 Os membros da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do título I, capítulo I da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

4.28.22 A condução dos demais procedimentos licitatórios será da competência da Comissão de Contratação, que poderá ser em caráter especial ou permanente, com a função de receber, examinar e julgar documentos relativos às licitações e aos procedimentos auxiliares, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

5. Levantamento de Mercado

5.1. Devido às peculiaridades dos serviços pretendidos, são considerados de natureza intelectual, intangível e indivisível, conforme disposto na IN SECOM/PR nº 1/2023, que "dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM". O presente estudo pautou-se nessa normativa.

5.2 O Ministério do Turismo é uma entidade governamental fundamental para a promoção e desenvolvimento do setor turístico no Brasil. Seu papel é abrangente e inclui diversas responsabilidades, desde a formulação e implementação de políticas públicas até o incentivo a investimentos e parcerias que impulsionem o turismo.

5.2.1 Uma das principais contribuições do Ministério do Turismo é o estímulo ao desenvolvimento econômico. O turismo é uma importante fonte de renda para muitas regiões do país, criando empregos diretos e indiretos. Hotéis, restaurantes, agências de viagens e serviços de transporte são apenas alguns dos setores beneficiados pelo crescimento do turismo.

5.2.2 O Ministério também desempenha um papel crucial na valorização e preservação do patrimônio cultural e natural do Brasil. Projetos que promovem o turismo sustentável ajudam a preservar as belezas naturais e culturais do país, ao mesmo tempo em que educam tanto turistas quanto residentes sobre a importância da conservação.

5.2.3 Outro papel importante do Ministério do Turismo é a promoção do Brasil como destino turístico no cenário internacional. A participação em feiras e eventos globais, campanhas publicitárias e parcerias com outras nações são estratégias utilizadas para atrair turistas estrangeiros, o que resulta em um influxo de divisas e uma maior visibilidade do Brasil no mundo.

5.2.4 O Ministério investe na capacitação e qualificação dos profissionais do setor turístico. Cursos, treinamentos e programas de certificação são oferecidos para garantir que os serviços prestados sejam de alta qualidade, atendendo às expectativas dos turistas e contribuindo para a reputação positiva do Brasil como destino.

5.2.5 Investir na infraestrutura turística é outra responsabilidade essencial. Isso inclui a melhoria de aeroportos, rodovias, sinalização turística, e a construção de novos atrativos e centros de convenções, que facilitam e incentivam o turismo.

5.2.6 Para que todas essas iniciativas sejam conhecidas e bem-sucedidas, a comunicação eficaz é imprescindível. A contratação de serviços de comunicação especializados é necessária para disseminar informações sobre programas, projetos e resultados obtidos pelo Ministério do Turismo. Uma comunicação eficiente garante que as políticas e ações sejam transparentes, alcançando tanto o público interno (cidadãos e trabalhadores do setor) quanto o externo (turistas potenciais, investidores e parceiros internacionais).

5.2.7 A comunicação também é vital para responder a crises, gerenciar a reputação do destino turístico e manter um fluxo constante de informações que engajem e atraiam turistas. Portanto, investir em comunicação é assegurar que os esforços do Ministério do Turismo sejam percebidos, compreendidos e valorizados, maximizando assim o impacto positivo do turismo na sociedade brasileira.

5.2.8 Diante das características do ministério e observadas as complexidades dos serviços envolvidos, a necessidade de contratação de diversos serviços de comunicação corporativa que deverão ser prestados de forma articulada e integrada, além ainda de ser uma forma amplamente contratada pela Administração Pública Federal, fica definida a contratação de empresa para prestação de serviços de comunicação corporativa, por meio de licitação, na modalidade concorrência, melhor técnica, como tipo de solução à contratar, em consonância com os dispositivos da IN SECOM /PR nº 1/2023:

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 Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021.

(...)

Art. 7º A licitação para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será processada na modalidade concorrência.

Parágrafo único. A SECOM disponibilizará, na sua página institucional, minutas de editais padronizadas para a contratação dos serviços de comunicação, as quais servirão de referência para subsidiar a elaboração dos editais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM.

(...)

Art. 10. O julgamento das propostas nas licitações para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será realizado de acordo com os critérios de melhor técnica ou técnica e preço.

5.3 Para a contratação de empresas de comunicação social, a SECOM disponibilizou 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.

5.4 Para melhor definir a seleção da empresa a ser contratada, a equipe de planejamento examinou dois contratos mantidos por órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Assim, verificou-se que nos contratos do Ministério dos Transportes e Ministério da Cultura há elementos similares à presente contratação, na modalidade concorrência, nos moldes da SECOM, os quais possibilitaram o aprimoramento da tabela de produtos e serviços objeto da contratação em estudo.

5.5 Dessa forma, a solução praticada na Administração Pública Federal, pelo Poder Executivo segue o exposto nesse documento legal.

ORGÃO /ENTIDADE	LICITAÇÃO	OBJETO
--------------------	-----------	--------

Ministério da Infraestrutura	Contrato 04/2020	<p>. 1.</p> <p>Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de comunicação corporativa, referentes à:</p> <p>a. 2.</p> <p>prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Ministério da Infraestrutura, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional ou internacional;</p> <p>b. 3.</p> <p>criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito deste contrato.</p> <p>c. 4.</p> <p>criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Ministério da Infraestrutura junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.</p>
Ministério da Cultura	Concorrência 004 /2023	<p>Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de comunicação corporativa, referentes à:</p> <p>a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Ministério do Turismo, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional ou internacional;</p> <p>b) criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito deste contrato;</p> <p>c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Ministério do Turismo junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.</p>

5.6. No mercado, verificou-se que existem diversas empresas que prestam serviços conforme as especificações apresentadas no presente estudo e que estão aptas ao atendimento da necessidade aqui apresentada. Dentre elas:

- a) APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA;
- b) BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA
- c) CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA;
- d) EX-LIBRIS COMUNICAÇÃO LTDA;
- e) FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA;
- f) IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL LTDA;

- g) IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA;
- h) MÁQUINA DA NOTÍCIA COMUNICAÇÃO LTDA.;
- i) PARTNERSNET COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL LTDA;
- j) SANTA FÉ IDEIAS E COMUNICAÇÃO LTDA; e
- k) S2PUBLICOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA.

quais foram consultadas? quais retornaram com propostas?

Gerar pdf das empresas que foram consultadas, das que retornaram e as propostas anexadas.

6. Descrição da solução como um todo

6.1 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.

6.2 Os serviços especificados e estimados têm o propósito de apoiar as atividades gerenciais e executivas da Assessoria de Comunicação Social do MTur, 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.

6.3 Os serviços contratados darão suporte à comunicação do MTur, 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 do Turismo readequá-los de forma diferente do previamente estabelecido, respeitado o valor contratual.

6.4 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 de Comunicação Social do Ministério do Turismo 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.

6.5 Dar-se-á a execução dos serviços nas dependências do Ministério do Turismo ou nas dependências da futura contratada e, eventualmente, fora das dependências de ambas. Neste sentido, os produtos e serviços a serem executados foram previamente estabelecidos e receberam especificações diferenciadas, sendo observadas as suas características e os perfis técnicos necessários para atendimento das demandas deste Ministério.

6.5.1 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o MTur na superação de seus desafios e no alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

- a) Produtos e Serviços: contemplam a expertise básica da Contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pela Contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução.

6.6 Os Produtos e Serviços contemplam as necessidades elementares da Contratante relativas ao objeto da contratação e estão agrupados de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias:

- a) Estratégia de Comunicação
- b) Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa
- c) Treinamento
- d) Levantamento de Informação e Análise

- e) Produção de Conteúdo
- f) Prevenção e Gerenciamento de Crises

6.7. Os Produtos e Serviços estão especificados com a descrição das seguintes informações:

- a) título;
- b) descritivo;
- c) entregas;
- d) aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- e) características consideradas na classificação da complexidade;
- f) complexidade; e
- g) prazo de entrega.

6.8. As especificações dos Produtos e Serviços mencionadas no subitem 6.5.1 poderão ser aperfeiçoadas pela Contratante, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a Contratada, no decorrer da execução contratual.

6.9. No interesse da Contratante poderá ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço e, nessa hipótese, a Contratada proverá os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada, mediante prestação de contas.

6.10. Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo gestor do contrato.

6.11. Para autorização das despesas, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

- a) nome do profissional;
- b) finalidade da viagem;
- c) datas de início e do término da viagem;
- d) preço estimado das passagens; e
- e) previsão de quantidade de diárias.

6.12. Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.

6.13. Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, a Contratante poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela Contratada, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

6.14. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela Contratante.

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

1. Estratégia de Comunicação

1.1. Avaliação da Percepção de Imagem

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do Contratante pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de *briefing* com o Contratante e as entrevistas regionais devem, preferencialmente, representar todos os estados e o Distrito Federal. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

- Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do *briefing*, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas, respeitando as regras da LGPD.
- Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- Apresentação ao CONTRATANTE sobre a percepção de sua imagem ou dos temas de sua atuação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Acuidade demonstrada na análise do *briefing*.
- Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados.
- Pertinência do roteiro de entrevistas.
- Consistência da análise dos resultados.
- Assertividade das conclusões.
- Exequibilidade das recomendações.
- Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 30 entrevistas. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
Média	Até 60 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Alta	Até 90 entrevistas. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.2. Mapa de Formadores de Opinião

Descritivo: Identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e outros formadores de opinião (como as lideranças locais) que influenciam as percepções do cidadão por meio da divulgação de informações sobre o Governo Federal e suas temáticas.

Entregas: Planilha contendo relação dos formadores de opinião, com nome do formador de opinião, seu perfil, histórico profissional, síntese de seu posicionamento e os assuntos sensíveis aos quais está relacionado, canais e

veículos de comunicação (*on-line* e *off-line*) que atua podendo ser de sua autoria ou de terceiros, com as respectivas estatísticas de audiência e recomendações de ação de relacionamento e de distribuição de informação personalizada, respeitando as regras de LGPD.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência da indicação dos Formadores de opinião em relação ao Governo Federal e suas temáticas.
- Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de Formadores de opinião mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 Formadores de opinião. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
Média	De 51 a 100 Formadores de opinião. Prazo de entrega: Até 40 dias úteis.
Alta	De 101 a 200 Formadores de opinião. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.3. Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional

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 CONTRATANTE, contemplando:

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para CONTRATANTE em relação às suas temáticas.
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os 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.

Entregas:

- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes, respeitando as regras da LGPD.
- Relatório analítico da matriz *swot* (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades).

- Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência do diagnóstico.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas.
- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	Até 80 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

1.4. Plano Estratégico de Comunicação Institucional

Descritivo: Plano estratégico de comunicação institucional do Contratante, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo Contratante 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.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do Contratante, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal;
- Abrangência e sua aplicabilidade.
- Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

- 1.
- 1.1.

1.5. Mapa de Temas

Descritivo: Mapear na imprensa, em seus diversos canais, diálogo de temas e atividades de interesse do Contratante que possam gerar repercussão negativa, com destaque para a avaliação de oportunidades e riscos e recomendação de ações de comunicação. O mapa poderá incluir também a percepção das comunidades quanto aos temas de interesses. O mapa tem como objetivo identificar suas áreas de influência para minimizá-las.

Entregas:

- Relatório diários com os temas relevantes do dia e temas com potencial para continuar na pauta, com recomendações de atuação.
- Relatório semanal com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, com recomendações de atuação.
- Relatório mensal contendo descrição, análise e recomendações a respeito dos temas de interesse mapeados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Coerência na identificação dos temas de interesse mapeados ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de temas mapeados;
- Quantidade de menções aos temas.

Complexidade:

Baixa	até 10 veículos em qualquer de seus canais, com até 5.000 menções/mês.
Média	até 30 veículos em qualquer de seus canais, de 5.001 a 20.000 menções/mês.
Alta	De 31 a 60 veículos em qualquer de seus canais, de 20.001 a 40.000 menções/mês.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

2. Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa

2.1. Gerenciamento de Demandas

Descritivo: Articulação e relacionamento com os principais porta-vozes da Contratante para divulgação de ações e programas junto aos diversos públicos de relacionamento, acompanhamento ao cliente em reuniões estratégicas e eventos institucionais diversos.

Entregas: Relatório mensal de atividades realizadas no período definido pelo Contratante determinado na Ordem de Serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);

- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional) dos profissionais necessários para o gerenciamento.

Complexidade:

Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 15 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 mensal.

2.2. Coordenação de Demandas

Descritivo: Articular, documentar e entender plenamente as necessidades do Contratante, com o objetivo de transformá-las em um produto ou serviço especificado com qualidade. Deve garantir a qualidade técnica e a manutenção dos produtos e serviços tais como Estratégia de Comunicação, Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa, Treinamentos, Levantamento de Informação e Análise, Produção de Conteúdos, Prevenção e gerenciamento de crises.

Entregas: Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas no período definido pelo Contratante determinado na Ordem de Serviço, bem como o detalhamento de cada movimentação que altere a situação de desenvolvimento do produto ou serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional) dos profissionais necessários para a coordenação.

Complexidade:

Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 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 textos, discursos e
------	---

artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.
--

Prazo de entrega: Execução mensal.

2.3 Atendimento de Demandas para desenvolvimento de ações de comunicação institucional

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades que contemplem as seguintes atividades:

- Gerenciar, articular, documentar, acompanhar continuamente o cliente, incluindo reuniões estratégicas e eventos institucionais.
- Planejar ações de comunicação semanais.
- Planejar e executar ações, como participar de reuniões para elaboração de pautas, levantar informações, produzir e enviar releases à imprensa e fazer gestão junto à imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do Contratante.
- Atender, receber, tratar e responder às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Atualizar *mailing* a partir de contatos realizados.
- Realizar contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do Contratante (contatos presenciais, telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Produzir e implementar ações de comunicação dirigida para públicos estratégicos, como representantes da sociedade civil, jornalistas e parlamentares.
- Antecipar e prever assuntos e situações que podem ter exposição negativa na mídia e que, de alguma forma, possam afetar negativamente a imagem do Contratante.
- Preparar os porta-vozes para entrevistas em geral.
- Planejar, produzir e emplacar conteúdos, em diversos formatos multimídia, para divulgar diariamente em todos os canais institucionais do Contratante.
- Planejar, mobilizar e realizar bate-papos, ao vivo, pelos canais institucionais, conforme demandado pelo Contratante.
- Tratar e analisar dados para gerar inteligência na elaboração de estratégias de conteúdos e ações para alcançar resultados, KPI's e metas.
- Elaborar roteiros audiovisuais e briefing para peças gráficas de divulgação do Contratante, em canais institucionais.
- 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.
- Desenvolver continuamente atividades de comunicação interna.

Entregas: Relatórios mensais contemplando a listagem das tarefas realizadas, com as seguintes características:

- Quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.
- Quantidade de pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes.

- Conteúdos multimídia produzidos.
- Diagnósticos produzidos.
- Planejamentos de conteúdo produzidos.
- Atividades de comunicação interna produzidas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave do Contratante.
- Amplitude das informações repassadas.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

Média	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 <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação.
Alta	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 e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.

Prazo de entrega: Execução mensal.

2.4 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, a fim de subsidiar o porta-voz com informações importantes durante a preparação para uma entrevista ou ação de comunicação institucional incluindo informações detalhadas, tais como: nome, histórico, breve currículo, contatos (endereço eletrônico e telefone), áreas e editorias de atuação, últimas publicações, temáticas abordadas e avaliação no contexto solicitado previamente pela contratante.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- prazo de entrega
- priorização dos perfis

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: 5 dias úteis.

1.

2.5. Criação de Mailing Nacional

Descritivo: Levantamento de dados para a elaboração de cadastro em plataforma/programa compatível com a da contratante, que permita o armazenamento de informações organizadas, partilháveis e sujeitas a controle central de atualização, com possibilidade de customização. No citado cadastro deverão constar informações referentes aos contatos de profissionais de comunicação e de veículos, respeitando as regras da LGPD, contendo as seguintes informações

Entregas: Dados exportáveis em formato planilha, com todos os campos preenchidos e/ou sistema de gerenciamento de contatos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de contatos cadastrados.

Complexidade:

Baixa	<p>Descritivo: Cadastro de até 100 profissionais de comunicação.</p> <p>Prazo de entrega: 5 dias úteis.</p>
Média	<p>Descritivo: Cadastro de 101 a 500 profissionais de comunicação.</p> <p>Prazo de entrega: 7 dias úteis.</p>
Alta	<p>Descritivo: Cadastro de 501 a 1000 profissionais de comunicação.</p> <p>Prazo de entrega: 10 dias úteis.</p>

2.6. Atualização de Mailing Nacional

Descritivo: Manutenção do cadastro e atualização das informação dos contatos de profissionais de comunicação e veículos regionais e nacionais, respeitando as regras da LGPD.

Entregas: Cadastro com todos os campos preenchidos e/ou sistema de gerenciamento de contatos e indicação das atualizações (com possibilidade de exportação em formato planilha).

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de contatos atualizados.

Complexidade:

Baixa	<p>Descritivo: atualização de cadastro de até 100 profissionais ou veículos de comunicação</p> <p>Prazo de entrega: 5 dias úteis.</p>
Média	<p>Descritivo: atualização de cadastro de 101 a 500 profissionais ou veículos de comunicação</p> <p>Prazo de entrega: 7 dias úteis.</p>
Alta	<p>Descritivo: atualização de cadastro de 501 a 1000 profissionais ou veículos de comunicação</p> <p>Prazo de entrega: 10 dias úteis.</p>

1.

2.7. Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do Governo Federal junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da Contratante, por meio de produtos complementares. 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.

Entregas:

- *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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas.
- Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de jornalistas convidados, amplitude da coletiva (local, regional, nacional).
- Prazo para realização.

Complexidade:

Baixa	Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.
Média	Até 20 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 30 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

2.8. Entrevista Coletiva não presencial

Descritivo: Planejamento e preparação de *live*/apresentação/coletiva não presencial de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar), com jornalistas e/ou formadores de opinião. A Contratada deverá fazer levantamento de formadores de opinião a serem convidados; definição de moderador; 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, por meio de produtos complementares.

Entregas: Relatório contendo lista de convidados, convite enviado, perfil dos convidados e veículos confirmados, guia de condução da *live* com o papel de cada ator (operador e moderador).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação dos participantes indicados em relação ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

2.9. Acompanhamento de Coletiva não presencial

Descritivo: Acompanhamento de *live*/apresentação/coletiva não presencial de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar), com jornalistas e/ou formadores de opinião.

Entrega: Relatório contendo: lista de participantes e relatório de cobertura e gravação da Live

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- cumprimento do prazo
- condução e cumprimento do planejamento da coletiva não presencial

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: até 7 dias.

2.10. Planejamento de *Presstrip* / *Tour*

Descritivo: Identificação de oportunidade para trabalho direcionado a jornalistas-alvo, que façam a cobertura de imprensa de área de interesse do Governo Federal. O planejamento de uma *presstrip/tour* deve apontar os perfis dos jornalistas, considerando a relevância do convidado a partir de dados pessoais e do veículo a que está ligado. Também deve avaliar a pertinência do convite para a viagem em função da temática e dos objetivos estabelecidos no planejamento estratégico do CONTRATANTE.

Entregas: Planejamento de viagem, com sugestão de tema, detalhamento das atividades sugeridas para cada dia de viagem e indicação da lista completa de convidados. O planejamento deve prever sugestões de hotéis, restaurantes e passeios. O material deve conter informações sobre a viagem, pré-requisitos e condições especiais, como vistos, vacinas, necessidade de credenciamento para dado evento ou atividade, entre outras variáveis. Também deve conter previsão orçamentária e recomendação de equipe técnica necessária para acompanhamento. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade do CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados e duração da atividade

Complexidade:

Baixa	Até 2 jornalistas, com duração de 2 dias
Média	De 3 a 4 jornalistas, com duração de 3 dias
Alta	Até 5 jornalistas, com duração de 4 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

2.11. Acompanhamento de *Presstrip / Tour*

Descritivo: Designação de equipes para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 jornalistas 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 do CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

Entregas: 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Comparação entre o relatório de atividades e o planejamento da viagem, para verificar se os resultados obtidos com a iniciativa foram os esperados.
- Análise do *feedback* dos convidados.
- Verificação e análise de espaços editoriais (mídia espontânea) relacionados à promoção da *presstrip/tour*.

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidade:

Baixa	Viagem com duração de 2 dias.
Média	Viagem com duração de 3 dias.
Alta	Viagem com duração de 4 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

2.12. Organização de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do Contratante.

Descritivo: Planejamento de atividades de imprensa e de relações públicas por ocasião de viagens oficiais ao exterior de autoridades do Contratante.

Entregas: Relatório detalhado do planejamento, por viagem, das ações propostas, em formato texto e/ou apresentação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Planejamento deve ser apresentado em até 10 dias antes da viagem.

2.13. Acompanhamento de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE

Descritivo: Apoio, acompanhamento e avaliação de resultados de atividades de imprensa e de relações públicas por ocasião de viagens oficiais ao exterior de autoridades do Contratante.

Entregas: Relatório detalhado, por viagem, das ações desenvolvidas, em formato texto e/ou apresentação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade do CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento; qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Relatório deve ser apresentado em até 7 dias após a viagem.

3. Treinamento

3.1. 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, 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, em relação às temáticas relacionadas ao Governo Federal.

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Desempenho dos instrutores.
- Relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes, tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- Carga horária do treinamento.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV e Impressos. Carga horária de até 4 horas.
Média	Treinamento de 2 a 3 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 5 horas.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

3.2. Treinamento para Apresentações

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo audiências públicas, palestras, exposições sobre planos, ações e resultados de programas e projetos, campanhas, entre outras. As atividades incluem:

- Definição do direcionamento do discurso no contexto político, com indicação das mensagens pertinentes aos públicos-alvo das apresentações.
- Simulação da performance para treinamento de lideranças e defesa de posicionamento institucional em ambiente contraditório, como audiências públicas e comissões do Congresso Nacional.
- Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

Entregas:

- Relatório com o roteiro do treinamento.
- Avaliação do desempenho do participante.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência do roteiro, das especificidades e das atividades propostas para o treinamento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 3 horas.
Média	Treinamento acima de 3 e até 5 horas.
Alta	Treinamento acima de 5 e até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após o treinamento.

3.3. Workshops / Seminários para Jornalistas

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização de jornalistas com temas de atuação do CONTRATANTE. O objetivo central é fazer com que os profissionais de imprensa tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, influenciando positivamente na redação de matérias. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao CONTRATANTE, ao mercado ou à academia. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade do CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

Entregas: Planejamento da atividade, incluindo lista de participantes e convidados, indicação dos benefícios e ganhos para o CONTRATANTE, com a realização da atividade e relatório de avaliação do evento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de jornalistas convidados.
- Quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc).
- Prazo de entrega do relatório.

Complexidade:

Baixa	Até 20 jornalistas convidados. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.
Média	Acima de 20 e até 30 jornalistas convidados. Evento com até 7 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.
Alta	Acima de 30 e até 50 jornalistas convidados. Evento com até 10 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.
--

4. Levantamento de Informação e Análise

4.1. Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: *Clipping* diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Contratante e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional e em até 60 jornais regionais.

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo Contratante.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.

4.2. Clipping Nacional - TV

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Governo Federal, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 05 emissoras de TV aberta e 05 emissoras de TV fechada, conforme lista a ser definida pelo Contratante.

Entregas: 03 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo Contratante. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.

4.3. Clipping Nacional - Rádio

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Governo Federal, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 50 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo Contratante.

Entregas: 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo Contratante. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

4.4. Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo, a partir dos clippings e captações existentes (jornais, revistas, portais de notícias, entre outros), com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do Governo Federal e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- 02 relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo Contratante. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30. O segundo relatório até às 16h, inclusive nos finais de semana e feriados.
- Alertas – mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto e de interesse do CONTRATANTE, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- Aderência aos temas do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.

4.5. Auditoria de Imagem

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

Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação levantados constroem a imagem do Governo Federal 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

5. Produção de Conteúdo

5.1. Elaboração de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como *press-releases*, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (*position paper*), *briefing*, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Entregas: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante.
- Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo Contratante.
- Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação.
- Confiabilidade das fontes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 1 lauda.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p>

	<p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes.</p> <p>Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 2 a 4 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes.</p> <p>Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.</p> <p>De 5 a 8 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.</p>

5.2. Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional

Descritivo: Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional do Ministério do Turismo.

Entregas: Relatório mensal com as publicações realizadas

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- cumprimento de prazos

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega:

Baixa	Até 100 conteúdos publicados
Média	De 101 a 250 conteúdos publicados
Alta	De 251 a 350 conteúdos publicados

5.3. Revisão de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Revisão de textos elaborados ou originários de fontes oficiais.

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.

- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE.

- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Complexidade:

Baixa	Até 20 laudas. Prazo de entrega: 2 dias úteis
Média	De 21 a 50 laudas. Prazo de entrega: 6 dias úteis
Alta	De 51 a 150 laudas. Prazo de entrega: 15 dias úteis

1.

5.4. Tradução de texto jornalístico ou institucional para idioma estrangeiro

Descritivo: Tradução de textos elaborados ou originários de fontes oficiais para idiomas estrangeiros (Ex: inglês, francês, espanhol, entre outros).

Entregas: Texto traduzido.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Contratante.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Complexidade:

Baixa	Até 10 laudas. Prazo de entrega: 2 dias úteis
Média	De 11 a 30 laudas. Prazo de entrega: 6 dias úteis
Alta	De 31 a 50 laudas. Prazo de entrega: 15 dias úteis

1.

5.5. Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia

Descritivo: Cobertura fotográfica e/ou em vídeo de agenda dos porta-vozes, especialmente reuniões e eventos, de forma contínua, nas dependências do Ministério do Turismo, com período de execução mensal, ou em viagem, conforme agenda da Contratante.

Entregas: Relatório mensal com descrição de todo material produzido, além de arquivos digitais das fotos e/ou vídeos, 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 outro tipo de repositório digital), seguindo orientação da Contratante.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Aderência aos temas de interesse do órgão.
- Avaliação da qualidade técnica e editorial das imagens.
- Capacidade de organização e hierarquização do conteúdo armazenado.

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

Complexidade:

Baixa	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de, no mínimo, 3 anos de experiência em fotografia e /ou captação/edição de vídeo e tratamento de imagem. Prazo de entrega: Até 500 fotografias editadas. Mensal.
Media	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de, no mínimo, 5 anos de experiência em fotografia e /ou captação/edição de vídeo e tratamento de imagem. Prazo de entrega: De 500 a 1.000 fotografias editadas. Mensal
Alta	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de, no mínimo, 8 anos de experiência em fotografia e /ou captação/edição de vídeo e tratamento de imagem. Prazo de entrega: Acima de 1.000 fotografias editadas. Mensal.

1.

5.6. 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.

Entregas: 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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação da reportagem em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado, qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.

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

Complexidade:

--	--

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

5.7. Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Personagem

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.

Entregas: 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.
- Qualidade técnica do material.
- Qualidade editorial do material.

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

Complexidade:

Baixa	<p>1 dia de captação e produção.</p> <p>Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.</p> <p>Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente.</p> <p>Pós-produção restrita à edição do material captado.</p> <p>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.</p>
Média	<p>Até 2 dias de captação e produção.</p>

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

5.8. Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação

Descritivo: Cobertura jornalística com produção de vídeo em linguagem institucional jornalística com utilização de técnica de animação e computação gráfica. Elaborado a partir de pauta jornalística previamente aprovada. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. O vídeo deve ser transcrito e legendado em Português. O custo deve prever equipe necessária para a produção.

Entregas: 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.
- Qualidade técnica do material.
- Qualidade editorial do material.

Características consideradas na classificação da complexidade: duração e técnica de elaboração: 2D/3D.

Complexidade:

Baixa	<p>2D e duração de até 1 minuto.</p> <p>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.</p>
Média	<p>2D e duração de até 2 minutos.</p> <p>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.</p>
Alta	<p>3D e duração de até 1 minuto.</p> <p>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis</p>

1.

5.9. Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião

Descrito: Captação e edição de áudio, com linguagem jornalística e/ou institucional, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O custo deve prever repórter, operador de áudio e ferramenta de distribuição.

Entregas: Arquivo de áudio editado para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento de prazo
- Qualidade técnica do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

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

1.

5.10. 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.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência do projeto às diretrizes de comunicação do Governo Federal.
- Aplicabilidade.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

5.11. Projeto Gráfico

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas, *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.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no *briefing*.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes de comunicação do Governo Federal.

Características consideradas na 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.

1.

5.12. 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.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.

5.13. Conteúdo e Design para Apresentação Institucional

Descritivo: Elaboração de conteúdo para apresentação institucional em reunião, seminário, evento, audiência etc, com conteúdo factual e analítico, a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pelo Contratante. E 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.

Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante.
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pelo Contratante.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.
- Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações do Contratante, a exemplo da acessibilidade.
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidades de slides elaborados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 20 slides produzidos.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes.</p> <p>Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 21 a 40 slides produzidos.</p> <p>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes.</p> <p>Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas.</p> <p>De 41 a 60 slides produzidos.</p> <p>Prazo de entrega: até 7 dias úteis.</p>

1.

5.14. Infográficos Estáticos e/ou Impressos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações jornalística e/ou institucional, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esse tipo de recurso contribui para a melhor compreensão de informações e conceitos complexos e são usados para apoiar exposições de mapas e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto. Pode ser distribuído a veículos de comunicação ou utilizado em eventos ou canais institucionais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, no que se refere aos recursos utilizados (foto ou ilustração).
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, mais texto. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Infográfico com foto e/ou ilustração a serem produzidas, mais texto. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Infográfico com foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto. Prazo de entrega: Até 5 dias.

5.15. Infográfico Dinâmico e/ou Interativo

Descritivo: Representação visual de informações jornalística e/ou institucional, com a utilização de recursos gráficos, tais como fotos, gráficos ou ilustrações e textos breves. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser distribuído a veículos de comunicação ou utilizado em eventos ou canais institucionais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto, recursos gráficos e interativos).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na 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 ou 3D) utilizados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Média	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em flash. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Alta	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5. Prazo de entrega: Até 15 dias.

5.16. Peças de Design Gráfico

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na 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 7 dias.

5.17. Video Motion

Descritivo: Vídeos animados, com imagens de vetores, com possibilidade de inclusão de locução e trilha, que não requerem captação de imagem.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo órgão, e o arquivo do *video motion*.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Qualidade técnica do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Por minutos produzidos

Complexidade:

Baixa	até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis
-------	--

Média	até 2 minutos. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias úteis após a captação.
Alta	até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 15 (quinze) dias úteis após encerrada a captação.

5.18. E-mail marketing e newsletter

Descritivo: Criação de e-mail mkts e newsletters.

Entregas: Arquivos aprovados, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Qualidade técnica do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Método de classificação da complexidade:

- Recursos estáticos ou dinâmicos.

Complexidade:

Baixa	Estático. Prazo de entrega: até 2 dias úteis.
Média	HTML simples. Prazo de entrega: até 3 dias úteis.
Alta	HTML avançado. Prazo de entrega: até 5 dias úteis

1.

5.19. Edição de vídeo

Descritivo: Edição de material audiovisual para vídeos institucionais. Tratamento, montagem e/ou finalização de vídeo a partir de material recebido ou de banco de imagens.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo MTur, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) bem como cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta demandada e ao roteiro simplificado aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Duração do material bruto fornecido pelo MTur.
- Duração do produto entregue.

Complexidade:

Baixa	Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 2 minutos.
-------	---

	Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Material bruto maior que 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 5 minutos. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

6. Prevenção e Gerenciamento de Crises

6.1. Manual de Crise

Descritivo: Guia para consulta e formação de lideranças em políticas de prevenção e gestão de crises, no âmbito do Governo Federal, contemplando classificação de crises, processos e procedimentos. Reúne os conceitos teóricos sobre gestão de crise e ferramentas de comunicação a serem utilizadas durante a crise.

Entregas: Manual de crise.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias.
-------	--

6.2. Gerenciamento de Crise Regional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdos sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa *on-line*, o acompanhamento de entrevistas e a organização de encontros com a imprensa, com o objetivo de esclarecer o posicionamento do Governo Federal sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.

- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.
-------	---

6.3. Gerenciamento de Crise Nacional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdo sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa *on-line*, o acompanhamento de entrevistas e organização de encontros com a imprensa com o objetivo de esclarecer o posicionamento do Governo Federal sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.
Médio	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.
Alta	Crise de 21 até 30 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7.1. Considerando que os serviços serão executados sob demanda, os quantitativos estabelecidos no catálogo de produtos e serviços que será anexado ao Termo de Referência, serão estimados e poderão, se for o caso, ser ajustados, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado. O ajuste ou readequação desse quantitativo ocorre em razão da superveniência de situações não previstas no presente estudo, como é o caso das situações de crise.

7.1.1 Os serviços selecionados devem apoiar as atividades gerenciais e executivas 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 da Assessoria de Comunicação Social. As atividades proporcionam uma instrumentalização efetiva do setor possibilitando o aumento da eficiência no atendimento das demandas.

7.1.2 Os serviços contratados darão suporte à cobertura de eventos de mídia do Ministério, devendo considerar a imprevisibilidade dos acontecimentos, a agenda das secretarias, que não se limitam ao horário de expediente normal do Ministério do Turismo, e à necessidade de coberturas das sessões, viagens, audiências e eventos especiais do Gabinete do Ministro.

7.1.3 Para pagamento das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de 15% (quinze por cento) do valor estimado para a execução contratual.

7.1.4 É essencial que o Ministério do Turismo esteja preparado e devidamente assessorado para dar o atendimento necessário aos veículos de comunicação, de modo a garantir que a população receba, com agilidade, a informação e a orientação correta e precisa sobre os programas e projetos do Governo Federal. Assim, os requisitos necessários para o atendimento da necessidade devem ser elencados.

7.1.5 Para isto, a área de comunicação social precisa de apoio especializado para cumprir sua missão de informar com propriedade e oportunidade aos diversos públicos (população em geral, imprensa, públicos de interesse), em diversas plataformas de informação, o que reforça a necessidade da contratação dos serviços requeridos.

7.6 As quantidades a serem contratadas para os serviços de comunicação corporativa serão estimadas com base no contrato anterior, que foi sub-rogado ao Ministério da Cultura após o desmembramento ocorrido através da Medida Provisória Nº 1.154, de 1º de janeiro de 2023, posteriormente convertida na Lei Nº 14.600, de 2023. Esse histórico oferece um referencial prático e ajustado às necessidades reais previamente identificadas e já validadas durante a execução do contrato.

7.6.1 Atualmente, o Ministério do Turismo é demandante do contrato sub-rogado, o que acaba limitando as atividades do setor de comunicação. Dependemos de um contrato originalmente elaborado para atender às necessidades do Ministério do Turismo, do qual o Ministério da Cultura fazia parte antes da recriação. Com a estruturação trazida através da Medida Provisória Nº 1.154, de 1º de janeiro de 2023, as demandas aumentaram. Esta situação cria um gargalo operacional, restringindo a capacidade do nosso setor de comunicação de atuar com a eficiência e abrangência necessárias.

7.7 O Ministério do Turismo enfrenta uma significativa limitação em termos de recursos humanos e cargos específicos dedicados à comunicação. Em nosso quadro de pessoal, existe apenas um cargo formalmente estabelecido na Assessoria Especial de Comunicação Social (ASCOM), que é o de Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social. Esta insuficiência de pessoal impede a realização eficaz das inúmeras atividades de comunicação que são imprescindíveis para a promoção do turismo nacional e para a divulgação de ações e projetos do Ministério.

7.7.1 Dada a situação descrita, a estimativa das quantidades a serem contratadas para os serviços de comunicação será baseada no contrato que anteriormente possuíamos e que foi sub-rogado ao Ministério da Cultura. Este contrato servirá como referência inicial, ajustando-se conforme necessário para atender às demandas específicas e crescentes do Ministério do Turismo.

7.7.2 O uso do contrato anterior como base proporciona um ponto de partida realista e fundamentado, permitindo a adaptação das quantidades e serviços conforme as necessidades específicas do nosso Ministério. Isso inclui ajustes para cobrir atividades adicionais e expandir a cobertura de comunicação, alinhando-se às nossas estratégias e objetivos institucionais. Este passo é crucial para garantir que nossas atividades de comunicação sejam realizadas de maneira profissional e eficaz, promovendo adequadamente o turismo e as iniciativas do Ministério.

7.4 Portanto, conforme determina a Instrução Normativa nº 05/2017 do MPOG, este capítulo do estudo preliminar foi construído tanto para instruir o planejamento da contratação quanto para criar um parâmetro de quantificação para futuras contratações dos serviços constantes do presente processo.

7.5 Assim, como demonstrado no quadro abaixo:

PLANILHA DE ESTIMATIVA DO CATÁLOGO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Produtos e Serviços Comunicação Institucional	Quantidade estimada de produtos e serviços
1. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	
1.1 Avaliação da Percepção de Imagem	

Baixa	1
Média	1
Alta	1
1.2 Mapa de Formadores de Opinião	
Baixa	1
Média	1
Alta	1
1.3 Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional	
Baixa	1
Média	1
Alta	1
1.4 Plano Estratégico de Comunicação Institucional	1
1.5 Mapa de Temas	
Baixa	1
Média	1
Alta	1
2. ATENDIMENTO DE DEMANDAS E ASSESSORIA DE IMPRENSA	
2.1 Gerenciamento de Demandas	
Altíssima	12
2.2 Coordenação de Demandas	
Alta	12

2.3 Atendimento de Demandas para desenvolvimento de ações de comunicação institucional	
Média	24
Alta	12
2.3 Elaboração de Perfis de Profissionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	50
2.4 Criação de Mailing Nacional	
Baixa	1
Média	1
Alta	1
2.5 Atualização de Mailing Nacional	
Baixa	1
Média	1
Alta	1
2.6 Entrevista Coletiva	
Baixa	2
Média	2
Alta	2
2.7 Entrevista Coletiva não presencial	2
2.8 Acompanhamento de entrevista Coletiva não presencial	2
2.9 Planejamento de <i>Presstrip</i> / <i>Tour</i>	
Baixa	2

Média	2
Alta	2
2.10 Acompanhamento de Presstrip / Tour	
Baixa	2
Média	2
Alta	2
2.11 Organização de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE.	2
2.12 Acompanhamento de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE	2
3 TREINAMENTO	
3.1 Planejamento e Execução de Media Training	
Baixa	2
Média	1
Alta	1
3.4 Treinamento para Apresentações	
Baixa	2
Média	1
Alta	1
3.5 Workshops / Seminários para Jornalistas	
Baixa	1
Média	1

Alta	1
4 LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÃO E ANÁLISE	
4.1 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias	365
4.2 Clipping Nacional – TV	365
4.3 Clipping Nacional – Rádio	365
4.4 Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)	365
4.5 Auditoria de Imagem	12
5 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa	
Baixa	100
Média	46
Alta	12
5.2 Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional	
Baixa	12
Média	6
Alta	3
5.3 Revisão de Texto em Língua Portuguesa	
Baixa	12
Média	6
Alta	3

5.4 Tradução de Texto jornalístico ou institucional para idioma estrangeiro	
Baixa	12
Média	6
Alta	3
5.5 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia	
Baixa	12
Média	1
Alta	12
5.6 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release	
Baixa	12
Média	8
Alta	4
5.7 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Personagem	
Baixa	8
Média	4
Alta	2
5.8 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Animação	
Baixa	8
Média	4
Alta	2

5.9 Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião	
Baixa	24
Média	12
Alta	6
5.10 Projeto Editorial	4
5.11 Projeto Gráfico	
Baixa	2
Média	1
Alta	1
5.12 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas	
Baixa	4
Média	4
Alta	4
5.13 Conteúdo e Design para Apresentação Institucional	
Baixa	4
Média	2
Alta	1
5.14 Infográficos Estáticos e/ou Impressos	
Baixa	12
Média	6
Alta	3

5.15 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo	
Baixa	6
Média	2
Alta	1
5.16 Peças de Design Gráfico	
Baixa	12
Média	1
Alta	1
5.17 Video Motion	
Baixa	4
Média	2
Alta	1
5.18 E-mail marketing e newsletter	
Baixa	6
Média	3
Alta	1
5.19 Edição de vídeo	
Baixa	12
Média	3
Alta	1
6 PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES	

6.4 Manual de Crise	
Baixa	1
6.5 Gerenciamento de Crise Regional	
Baixa	1
6.6 Gerenciamento de Crise Nacional	
Baixa	1

7.6 As quantidades anuais apresentadas na tabela acima representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência da Contratante, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 8.1, quanto ao valor de investimento para a contratação.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 12.203.139,03

8.1. A estimativa de preços e o valor total máximo que o MTur se propõe a pagar para os serviços a serem contratados é de R\$ 12.091.887,66 (doze milhões, noventa e um mil, oitocentos e oitenta e sete reais e sessenta e seis centavos), após realização de pesquisa de preços com principais empresas do mercado e pesquisa de contratos vigentes no governo federal.

8.2 Inicialmente, optamos por não utilizar o painel de compras uma vez que os serviços de comunicação corporativa são altamente personalizados e variam significativamente conforme as necessidades e objetivos específicos de cada organização. Esses serviços podem demandar diferentes competências, ferramentas e abordagens, tornando difícil a padronização de custos. A singularidade e a complexidade envolvidas na prestação desses serviços exigem uma avaliação mais detalhada e ajustada.

8.2.1 Para obter uma estimativa mais precisa, consultamos contratos no portal Comprasnet e identificamos dois contratos que apresentavam similaridade com a contratação pretendida. Foram analisados o contrato do Ministério da Infraestrutura (atual Ministério dos Portos e Aeroportos) e o do Ministério da Cultura. Esses contratos forneceram uma base comparativa relevante para a estimativa de preços, considerando a natureza e o escopo dos serviços contratados por esses ministérios.

8.2.3 Além disso, consultamos diversas empresas especializadas no setor de comunicação corporativa. No entanto, apenas três empresas retornaram com propostas detalhadas. Essas propostas foram utilizadas para a elaboração do memorial de cálculo. Para assegurar a precisão e a relevância da estimativa, foram considerados apenas os itens contratados em comum pelos órgãos mencionados.

8.3 A partir das informações coletadas e das propostas recebidas, foi elaborado um memorial de cálculo que resultou no valor de R\$ 12.091.887,66 (doze milhões, noventa e um mil, oitocentos e oitenta e sete reais e sessenta e seis centavos). Este valor reflete uma análise abrangente e fundamentada, assegurando que a estimativa esteja alinhada com as práticas de mercado e as especificidades dos serviços necessários para o Ministério do Turismo.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. Não será admitido o parcelamento da solução, conforme a seguir justificado.

9.2. A razão pela qual se pretende neste projeto a contratação dos itens acima descritos em uma mesma licitação decorre do fato de que a execução de cada item ou atividade supramencionados guarda estreita relação com a execução dos demais itens e, juntos, formam um serviço único e coeso, de tal sorte que a execução de todos os produtos deve ser realizada por uma única empresa.

9.3. Isso significa que o objeto da contratação não pode ser fracionado, sob risco de causar prejuízos à qualidade dos serviços e comprometer o exercício das atividades da Contratante. Neste sentido, a licitação em um único grupo é estratégica para a efetividade do objeto. Se dividíssemos em itens, ter-se-ia a possibilidade de uma empresa demandar diretamente a outra. Tal situação poderia implicar dificuldades na gestão contratual como, por exemplo, ao se imputar responsabilidade decorrente de falta na prestação do serviço.

9.4. A comunicação Integrada pressupõe um planejamento conjunto das atividades relacionadas à comunicação. Embora a comunicação do Ministério ocorra por diferentes meios, espaços e veículos, a mensagem institucional do Órgão deve ser uníssona, coesa e coerente. A comunicação integrada consiste no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos por uma instituição, com o objetivo de agregar valor à sua marca ou de consolidar a sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo.

9.5. Os produtos e serviços a serem contratados são de natureza técnica e intelectual, cabendo ressaltar que a metodologia empregada na sua elaboração admite variação de execução, com repercussões significativas nos resultados alcançados.

9.6. A contratação é restrita a produtos e serviços de comunicação que devem ser pensados e desenvolvidos articuladamente. Trata-se de conjunto de serviços de comunicação, no âmbito do qual todos os serviços são utilizados como um meio para a consecução de um objetivo, que é a disponibilização das informações ao público-alvo.

9.7. Dessa forma, na contratação desses produtos e serviços a serem executados de forma integrada, devem ser considerados os seguintes aspectos, sob a perspectiva do caráter estratégico da comunicação institucional:

- a) Há necessidade de integração e alinhamento da comunicação nacional e regional;
- b) Produtos e serviços devem seguir uma mesma metodologia de trabalho;
- c) Ferramentas utilizadas para gestão devem ser padronizadas para tornar a mensuração de resultados mais eficiente;
- d) Relacionamento com a imprensa deve apresentar o mesmo padrão nas diversas instâncias de atuação;
- e) Documentos produzidos a partir de fontes de informação centralizadas e organizadas; e
- f) A multidisciplinariedade e capacidade técnica comprovada de uma equipe que atenda de forma integrada e nos segmentos nacional e regional.

9.8. Isto porque, a comunicação institucional é ferramenta estratégica e essencial para a consolidação da imagem institucional de entidades públicas e privadas. É importante instrumento para a divulgação ao público externo das ações realizadas e dos resultados alcançados, bem como de entendimento da percepção que esse mesmo público tem com relação à atuação do órgão ou da instituição.

9.9. A eficiência da comunicação institucional está diretamente relacionada à possibilidade de atuação integrada, que, por sua vez, só é possível a partir de uma demanda que englobe um conjunto de informações, análises, conteúdos e canais. A execução agregada e assertiva de todas essas fases de uma demanda desempenha papel estratégico para consolidar a imagem, alinhar o discurso e antecipar ou atuar em eventuais crises.

9.10. Considerando essa necessidade de contratação, entende-se que é prejudicial à CONTRATANTE, e à própria Administração Pública, a aquisição de produtos e serviços por forma de contratação diferente de concorrência por melhor técnica ou com objetos parcelados em mais de um contrato.

9.11. O parcelamento de serviços resulta em esforços superpostos, ineficiência, incompatibilidade de estratégias e mensagens. A divisão do objeto e a adjudicação a mais de uma empresa, no presente caso, acarretariam em riscos enormes de não atendimento às necessidades de comunicação do Órgão, que busca nessa contratação atender aos princípios da razoabilidade e da economicidade. Isto pode interferir negativamente na gestão de recursos e no orçamento governamental.

9.12. Além disso, quando há mais de uma empresa executando tarefas interdependentes o risco de haver um trabalho inconcluso ou com pouca qualidade é elevado. Uma delas pode perder o tempo da execução da tarefa e tal fato vir a comprometer o resultado final do trabalho da outra e gerar insucesso na execução.

9.13. A qualidade técnica da comunicação pública se mostra como item primordial, essencial e definidor na aplicação e transparência de políticas públicas, serviços que possam ser considerados comuns, no dia a dia de uma empresa e ou de órgão, passam a ser entendidos como peças de uma engrenagem de um sistema complexo e importante para a divulgação das informações claras, precisas e de utilidade pública para a sociedade.

9.14. Considerando-se ainda o risco de imagem associado à comunicação institucional do Poder Executivo Federal, o caráter estratégico de tal comunicação, a qualificação técnica exigida dos profissionais que irão atuar na empresa contratada e a natureza especializada da comunicação integrada, não há como qualificar como comuns os produtos objeto de tal contratação.

9.15. Por isso, é importante que produtos e serviços desta contratação sejam executados por profissionais qualificados, utilizando metodologias de gestão da comunicação integradas e padronizadas, com vistas a um resultado célere, assertivo e que gere respostas positivas diante de um cenário tão complexo vivido na época atual.

9.16. Portanto, é a sinergia resultante da contratação de um único fornecedor desses itens que oferece a melhor relação custo-benefício para a Contratante.

9.17. A quantidade anual será a prevista para ser executada, de forma não cumulativa, durante cada vigência contratual de 12 (doze) meses.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1. Não se observa a presença de demandas correlatas ou interdependentes para a viabilidade da contratação do presente estudo técnico preliminar.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

A presente contratação está alinhada ao Plano de Contratações Anual 2023, conforme detalhamento a seguir:

ID PCA no PNCP: 00394445000101-0-000001/2023;

- a. **Data de publicação no PNCP: 19/05/2023;**
- b. **Id do item no PCA: 8;**
- c. **Classe/Grupo: 831 - SERVIÇOS DE CONSULTORIA E DE GERÊNCIA/GESTÃO;**
- d. **Identificador da Futura Contratação: 150002-36/2023**

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1. A contratação solicitada possibilitará ampliar a prestação de contas para a sociedade de todas as políticas públicas e ações desenvolvidas pelo Ministério do Turismo para impulsionar e fortalecer a atividade no Brasil, potencializando a comunicação institucional, no âmbito do Contratante, com os diversos públicos de interesse.

12.2. Dessa forma, os resultados pretendidos são:

- a) Produção e veiculação de conteúdos informativos pelo maior número de canais possíveis, ampliando a possibilidade de acesso espontâneo da população ao trabalho desenvolvido pelo Ministério do Turismo, o que contribui para a transparência e a governança da Instituição;
- b) Manter vias de divulgação pelas quais a sociedade tem acesso à informação, popularizando temas que são de interesse público;
- c) Gerenciamento e atendimento, no que compete à comunicação institucional, com assessoramento direto, atendimento à imprensa, preparação das fontes oficiais e afins;
- d) Planejamento de ações estratégicas em comunicação institucional, com elaboração de diagnóstico, matriz estratégica, planejamento e plano de comunicação temático;
- e) Prevenção e gerenciamento de crises, de modo a resguardar a imagem institucional do Ministério do Turismo;
- f) Aumentar a capacidade de gerar estratégias assertivas e eficazes de divulgação de programas e ações referentes ao Turismo junto à população.

12.3. Ademais, é esperado que os produtos a serem entregues e desenvolvidos nesta contratação permitam o fortalecimento do discurso institucional e da imagem do Ministério do Turismo, como o órgão forte, responsável por uma temática de notória relevância para o país e para a promoção de ações de recuperação do setor.

12.4. A contratação ora em planejamento busca subsidiar o fortalecimento da missão institucional do Ministério do Turismo, de disseminar as ações de comunicação, bem como de promover o diálogo do governo brasileiro com os formadores de opinião e demais públicos, nos âmbitos nacional e regional.

12.5. Ao desenvolver uma estratégia de comunicação mais eficiente, o Ministério do Turismo também estará rentabilizando o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos. Tal ação resultará na contratação de empresa que apresentará profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer resultados satisfatórios para apoiar a atuação do órgão. A conveniência decorre do fato de que a empresa contratada tornar-se-á responsável pela prestação de serviços para o desenvolvimento e para a execução dos produtos no decorrer da vigência contratual.

12.6. Nesse estudo, o Ministério do Turismo priorizou o atingimento dos objetivos estabelecidos para cada ação de comunicação, buscando disseminar as políticas públicas educacionais. A expertise das empresas apoiará as equipes internas do Ministério por meio da proposição das estratégias de comunicação mais adequadas e eficazes para atender seu planejamento e objetivos.

12.7. Dessa forma, com a contratação dos serviços de comunicação, o Ministério pretende agregar maior qualidade e eficiência ao processo de implementação da política de comunicação do Governo Federal, trazendo maior transparência aos atos de governo, além de contribuir para maior efetividade do exercício de relacionamento público-social, o que caracterizará o correto cumprimento de sua missão institucional em consonância com o que estabelece o parágrafo 1º art. 37 da CF/88: "A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos."

13. Providências a serem Adotadas

13.1 Para esta contratação, a empresa Contratada deverá possuir quantitativo de profissionais técnicos adequados, além de infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços.

13.2 Em casos excepcionais, o Ministério do Turismo, quando houver necessidade, poderá solicitar que os serviços sejam prestados nas dependências do órgão, na forma definida no Termo de Referência. Ressalta-se que a contratada deverá promover a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas para as empresas que a sucederão, bem como para a equipe técnica do Ministério do Turismo. A

transferência de conhecimento objetiva a internalização do conhecimento e de seu uso relacionada a todas as soluções adotadas no decurso do contrato, de forma a garantir autonomia ao Ministério de dar continuidade dos serviços.

13.3 Convém ainda informar, que os produtos e serviços estarão à disposição dos Órgãos da Administração Direta e Indireta e serão executados por demanda e em quantitativo necessário para o eficiente atendimento da necessidade.

13.4 Percebe-se, assim, que não se faz necessário qualquer outro tipo de ação por parte da Administração Pública, com vista a viabilizar a correta execução contratual.

13.5 Em relação à adequação do ambiente, o MTur já possui a estrutura necessária para recebimento e implementação das atividades relacionadas ao escopo da licitação pretendida.

14. Possíveis Impactos Ambientais

13.1 Para amenizar possíveis impactos ambientais a CONTRATADA deverá adotar práticas de sustentabilidade na execução dos serviços, no que couber, tais como:

a. 1.

A futura contratada deverá atender no que couber, os critérios de sustentabilidade ambiental, conforme detalhamento da Instrução Normativa nº 01/2010 SLTI/MPOG, com ênfase no art. 5º; o princípio do desenvolvimento sustentável, previsto no art. 5º da Lei 14.133/2021, com o intuito de incentivá-lo e a Lei nº 12.305/2010 que institui a política de resíduos sólidos, no que couber;

b. 1.

É dever da CONTRATADA observar entre outras: o menor impacto sobre recursos naturais como flora, fauna, ar, solo e água; preferência para materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local; maior eficiência na utilização de recursos naturais como água e energia; maior geração de empregos, preferencialmente com mão de obra local; maior vida útil e menor custo de manutenção do bem e da obra; uso de inovações que reduzam a pressão sobre recursos naturais; e origem ambientalmente regular dos recursos naturais utilizados nos bens, serviços e obras; e

15. Declaração de Viabilidade

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

15.1. Justificativa da Viabilidade

15.2 Para analisar a viabilidade, é necessário, primeiramente, considerar a necessidade. Os serviços de comunicação identificados, quantificados e listados para contratação são fundamentais para o Órgão, pois atendem às necessidades básicas de comunicação do ministério. Além disso, são essenciais para que a Assessoria de Comunicação cumpra sua missão de divulgar à sociedade brasileira informações sobre políticas e ações ainda não amplamente conhecidas, bem como influenciar iniciativas de públicos de interesse.

15.3 Quanto à viabilidade jurídica do contrato, o Ministério segue estritamente as diretrizes de contratação da Secom /PR, estabelecidas após um amplo estudo envolvendo diversos Ministérios, órgãos de controle (TCU e AGU) e associações privadas que regulam os profissionais do mercado (Abracom). Esse estudo resultou na Instrução Normativa SECOM/SG/PR nº 04/2018, aprimorada pela IN SECOM/PR nº 01/2023. Além disso, esta Equipe de Planejamento da Contratação cumpriu todas as etapas legais para a contratação, demonstrando, por meio dos estudos preliminares, em conformidade com a IN nº 05/2017 do Ministério do Planejamento, a viabilidade e conformidade do ponto de vista legal para a contratação, conforme a nova Lei de Licitações nº 14.133/2021.

15.4 A viabilidade orçamentária também foi verificada e confirmada pela LOA 2023, por meio do Planejamento Anual de Contratações – PAC – Comunicação Corporativa PCA 2023 - XXXX, que disponibiliza verba orçamentária para essa contratação.

15.5 Diante dos estudos apresentados, considera-se que a presente contratação é viável em todos os aspectos, utilizando-se orçamento específico alocado no Ministério do Turismo para esse fim. O objeto da contratação é

compatível com as competências institucionais da pasta, que possui áreas técnicas preparadas para a condução dos serviços a serem prestados pela empresa contratada, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

15.6 Além disso, todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria são observados, diminuindo eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle.

15.6 Considerando o exposto, a Equipe de Planejamento da Contratação entende pela necessidade e viabilidade da contratação, razão pela qual encaminhará para a autoridade superior da Pasta os documentos necessários para aprovação e abertura do processo licitatório.

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](#).

RENATA DE FARIA

Integrante administrativo

FLAVIA ANDREA FIGUEIREDO CHAVES

Integrante demandante

DANDARA VALENA DA SILVA MARTINS

integrante técnico