



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MATO GROSSO  
Av. Historiador Rubens de Mendonça, 4750 - Bairro Centro Político e Administrativo - CEP 78049-941 - Cuiabá - MT - <http://www.tre-mt.jus.br/>

## ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR Nº 0636910

### ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Apresentamos o estudo preliminar para a elaboração de Termo de Referência.

#### 1. OBJETO

Contratação do Facebook Serviços Online do Brasil LTDA ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) para veicular anúncios de campanhas do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso (TRE-MT), relativos à segurança do processo eletrônico de votação, serviços ofertados pela Justiça Eleitoral, cadastramento biométrico, etapas do processo eleitoral, fortalecimento da imagem institucional do órgão, assim como maior publicidade das decisões de julgamentos e ações administrativas no Facebook e no Instagram.

A contratação objeto deste ETP está prevista no Plano Anual de Contratações – exercício 2024, que está sendo tratado no SEI nº 01106.2023-2.

#### 2. DIRETRIZES

##### 2.1 Normativos que disciplinam o serviço a ser contratado

Lei nº 8.666/1993 – Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências.

##### 2.2 Lei de Acesso à Informação – Lei nº 12.527/2011

O Termo de Referência resultante deste estudo preliminar deverá ser considerado de caráter público, sem qualquer restrição à sua divulgação ou conhecimento.

#### 3. DIRETRIZES ESPECÍFICAS

##### 3.1 Necessidade de contratação

Segundo dados de janeiro de 2020, do Data Reportal (<https://datareportal.com/about>), o Brasil tem 140 milhões de usuários de redes sociais, o que significa 66% da população brasileira. Este número vem crescendo significativamente: de abril de 2019 a janeiro de 2020 houve um aumento de 11 milhões de usuários.

O Brasil, de acordo com levantamento do Statista (renomado portal de estatística mundial) divulgado em fevereiro de 2019, é o terceiro país do mundo em número de usuários do Facebook, totalizando 130 milhões de usuários registrados. Já o Instagram, que pertence ao mesmo grupo, conta com 800 milhões de usuários em todo planeta.

Sendo que os brasileiros ocupam o segundo lugar no número de usuários, superados apenas pelos americanos. Um dos motivos do sucesso do Instagram é a renovação constante dos recursos oferecidos. Diante destes números, fica clara a importância das redes sociais como instrumento de comunicação, e é por isso que o TRE está presente nestas plataformas desde 2015.

As redes sociais Facebook e Instagram são, segundo a avaliação da assessora de Comunicação Social, uma das formas mais rápidas, eficientes e econômicas de se alcançar o público-alvo da Justiça Eleitoral. Diante de um cenário em que a Justiça Eleitoral passa por ataques a sua credibilidade, sobretudo após o processo eleitoral de 2018, faz-se necessária uma forma de comunicação rápida e que atinja cada público especificamente.

As redes sociais permitem um alcance significativo do eleitorado e, mais do que isso, um alcance específico: pode-se segmentar o público por faixa etária, por gênero e por município, por exemplo. No entanto, a forma como o algoritmo do Facebook (empresa que gerencia tanto a rede social Facebook quanto a rede social Instagram) trabalha faz com que publicações orgânicas alcancem público consideravelmente menor quando comparadas com publicações impulsionadas.

##### 3.2 Referência aos instrumentos de planejamento do TRE-MT

A contratação do Facebook Serviços Online do Brasil LTDA ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) para veicular anúncios de campanhas do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso está alinhada ao Planejamento Estratégico do TRE-MT Ciclo 2021-2026, especialmente aos objetivos: "Ampliar a transformação digital da Justiça Eleitoral com foco na efetividade" e inclusão e "Fortalecer a imagem institucional e a transparência do processo eleitoral e seus resultados".

##### 3.3 Requisitos da contratação

###### 3.3.1 Requisitos necessários ao atendimento da necessidade

Para o atendimento às necessidades do TRE-MT, a empresa contratada deverá ter como forma de pagamento a aquisição de créditos. A forma de pagamento está disponível nesta empresa, conforme pesquisa realizada.

“Pagamentos manuais: você adicionará fundos à conta primeiro e deduziremos desse valor uma vez ao dia enquanto os anúncios estiverem em veiculação. Você pagará dessa maneira se usar [uma forma de pagamento manual](#) (como PayTM ou boleto bancário) para comprar anúncios. Não há limite de pagamento para [pagamentos manuais](#).”

([https://www.facebook.com/business/help/716180208457684?\\_id=1792465934137726&helpref=search&sr=8&query=an%C3%BAncios](https://www.facebook.com/business/help/716180208457684?_id=1792465934137726&helpref=search&sr=8&query=an%C3%BAncios))

###### 3.3.2 Critérios e práticas de sustentabilidade

A comunicação realizada por meio digital em redes sociais provoca impacto menor ao meio ambiente, sendo vantajosa em relação à produção de materiais físicos.

### 3.4 Justificativa da escolha da solução

Diante da especificidade do serviço, a ASCOM entende que a melhor forma de contratação seria a direta com o Facebook, por inexigibilidade de licitação, sem nenhuma agência de publicidade, em virtude da agilidade e também da economia de recursos, tendo em vista que a produção das peças gráficas e audiovisuais já é feita pela nossa equipe.

Diante das formas de pagamento disponíveis, entende-se ser o Pagamento Manual a melhor delas, já que se permite a adição de fundos à conta e a dedução de valores quando os anúncios estiverem sendo veiculados.

Apesar de existirem outras redes sociais, com funções diversas, a exemplo do LinkedIn (rede social para divulgação de currículos), não existe empresa que concorra com o Facebook/Instagram. Na atualidade, o Facebook é a rede social que conta com maior adesão de pessoas no Brasil e no mundo e concentra grande parte do público com o qual queremos nos comunicar.

Embora o TRE-MT esteja presente nas redes sociais há alguns anos, o alcance orgânico das publicações é baixo para o propósito de informar o maior número de pessoas, conforme já exposto. O algoritmo do Facebook prioriza a divulgação de conteúdo publicado por amigos dos usuários em detrimento de conteúdo de páginas de instituições. Existe ainda o fato de que, embora o conteúdo da campanha seja de extrema relevância, temas específicos da Justiça Eleitoral carecem de apelo para viralizar por si só.

A fim de potencializar o alcance das publicações do Tribunal, no Facebook e no Instagram, fazendo chegar a informação aos nossos eleitores e potenciais eleitores, visto que nosso público-alvo corresponde a todos os brasileiros residentes no Estado de Mato Grosso com mais de 16 anos, concluímos ser de fundamental importância o impulsionamento das postagens. Dadas a amplitude e a heterogeneidade do público-alvo da Justiça Eleitoral, não se pretende utilizar as publicações impulsionadas nas redes sociais em detrimento das outras formas de divulgação, por isso não há necessidade de se realizar esse tipo de comparação.

A comunicação nas redes sociais apresenta vantagens em relação às demais soluções existentes, como a possibilidade da chamada à ação direta, com a inclusão de um link junto à publicação; a abertura do diálogo com o eleitor, que pode esclarecer suas dúvidas ali mesmo, já que a rede social, ao contrário das demais soluções citadas no parágrafo anterior, possibilita uma comunicação de mão dupla; e a segmentação do público, permitindo que sejam feitas campanhas específicas para cada público.

#### 3.4.1 Solução em outros órgãos públicos

Em pesquisa realizada com 26 instituições públicas, constatou-se que 12 já contrataram ou contratam o serviço de impulsionamento com a empresa Facebook. Dentre elas, o Tribunal Superior Eleitoral, que o faz por meio da contratação de uma agência (o contrato do TSE é com a agência, a qual contrata diretamente com o Facebook). O Tribunal Regional Eleitoral da Bahia, por exemplo, já contratou diretamente com o Facebook, da forma a qual entendemos ser a mais adequada, considerando o princípio da economicidade, uma vez que a contratação de uma segunda empresa para que esta realize a contratação direta com o Facebook implicaria em custos extras desnecessários.

Também possuem ou já possuíram contrato direto com o Facebook os seguintes Regionais: TRE- GO, TRE-MG, TRE-TO, TRE-CE e TRE-SC.

Outros órgãos públicos, além da abrangência da Justiça Eleitoral, consultados e que não possuem este tipo de contratação são: STJ, TCU, TRT-1, TRT-3, TRT-4. Sobre estes, é importante frisar que seus serviços ao público são de natureza distinta dos serviços prestados pela Justiça Eleitoral ao grande público. Ademais, a Justiça Eleitoral tem uma necessidade maior de interação com o seu público para repassar orientações ligadas ao processo eleitoral, em especial, o enfrentamento à desinformação.

#### 3.4.2 Levantamento prévio da quantidade de usuários no Mato Grosso que podem, potencialmente, ser alcançados pela ação

De acordo com uma estimativa feita diretamente no Facebook, que também administra o Instagram, com um orçamento de R\$ 12 mil, distribuído por 12 meses, podem ser alcançados entre 500 mil e 1,5 milhão pessoas no período - sendo estas pessoas usuários do Facebook/Instagram do Mato Grosso.

#### 3.4.3 Parâmetro de valor para cada ação

A distribuição dos valores será feita com base no planejamento de cada campanha. Não há a definição de um valor padrão. Os valores são proporcionais à abrangência de cada ação e as possibilidades de segmentação no direcionamento das postagens permite a justa adequação do valor à amplitude de cada público.

### 3.5 Estimativas de preços ou preços referenciais

Cerca de R\$ 1.000,00 mensais.

É importante registrar que não há um valor padrão, os valores são proporcionais à abrangência de cada ação e as possibilidades de segmentação no direcionamento das postagens permite a justa adequação do valor à amplitude de cada público.

### 3.6 Descrição da solução

Ao veicular uma publicação patrocinada pelo Tribunal, o Facebook e o Instagram divulgam o anúncio na linha do tempo do público indicado.

Exemplo:

Circulou nos aplicativos de mensagens um áudio afirmando que a Justiça Eleitoral teria fechado uma igreja católica em Quatro Marcos (MT). Segundo o boato, que acusa a JE de perseguição religiosa, o templo havia sido interditado devido a realização de uma vigília de oração em favor de determinado grupo político. Ainda de acordo com a gravação, a ação foi motivada por manifestações, novenas e rezas promovidas por um padre da cidade, que é vizinha de Mirassol - também no Mato Grosso.

Solução:

Além da emissão de notas e comunicação com a imprensa local, a ASCOM pode fazer nestes casos uma publicação específica para a região indicada e direcionar o alcance por município, faixa etária ou por outra característica específica do público-alvo da campanha, sendo este um importante serviço prestado a população pelo TRE-MT.

### 3.7 Viabilidade da contratação

Considerando todos os elementos produzidos neste estudo técnico, verifica-se que a contratação é necessária e viável.

## 4. FISCALIZAÇÃO

Sugere-se que a fiscalização dos serviços seja feita pela Assessoria de Imprensa, Comunicação Social e Cerimonial (ASCOM) do TRE-MT.

## ETAPA 2: GERENCIAMENTO DE RISCOS

Assim como toda contratação, vislumbram-se alguns riscos em curso na presente contratação. Não incluem-se, neste mapa de riscos, aqueles voltados à gestão do contrato e execução dos serviços, mas apenas os que tangiam o processo que permeia até a formalização da contratação.

<b>Risco 01 – Atraso na conclusão da Contratação</b>	
<b>Probabilidade:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Baixa <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Impacto:</b>	<input type="checkbox"/> Baixa <input checked="" type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Dano</b>	
O impulsionamento de conteúdo serve como reforço na divulgação das ações/projetos/campanhas institucionais relacionadas a Justiça Eleitoral de Mato Grosso. O atraso na contratação acarretaria a diminuição no percentual de cidadãos/eleitores alcançados pela informação.	
<b>Risco 02 – Falta de recursos financeiros da Unidade Gestora para cumprimento das obrigações contratuais.</b>	
<b>Probabilidade:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Baixa <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Impacto:</b>	<input type="checkbox"/> Baixa <input checked="" type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Dano</b>	
O impulsionamento de conteúdo serve como reforço na divulgação das ações/projetos/campanhas institucionais relacionadas a Justiça Eleitoral de Mato Grosso. A falta de recursos financeiros da unidade gestora impossibilitaria a execução do contrato por parte da contratada. Desta forma, a ausência do impulsionamento resultaria na significativa diminuição de cidadãos alcançados pela informação, trazendo prejuízos aos mesmos e também a Justiça Eleitoral de Mato Grosso.	

<b>Risco 03 – Pagamento antecipado</b>	
<b>Probabilidade:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Baixa <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Impacto:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Baixa <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Dano</b>	
O pagamento antecipado é o único modelo adotado pelas plataformas (redes sociais) e tal método não é objeto de questionamentos pelos usuários, nem de reclamações ou impulsionamentos contratados/adquiridos. Sendo assim, entende-se que não há risco significativo de efetuar o pagamento antecipado.	
<b>Risco 04 – Não contratação.</b>	
<b>Probabilidade:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Baixa <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Alta
<b>Impacto:</b>	<input type="checkbox"/> Baixa <input type="checkbox"/> Média <input checked="" type="checkbox"/> Alta
<b>Dano</b>	

O impulsionamento de conteúdo serve como reforço na divulgação das ações/projetos/campanhas institucionais relacionadas a Justiça Eleitoral de Mato Grosso. A não significativa diminuição no percentual de cidadãos/eleitores alcançados pela informação, trazendo prejuízos aos mesmos e também a Justiça Eleitoral de Mato Grosso.

Daniel Dino de Sousa Cardoso

Assessor de Comunicação



Documento assinado eletronicamente por **DANIEL DINO DE SOUSA CARDOSO, ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**, em 18/09/2023, às 11:51, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida no link "[Verificador](#)" informando o código verificador **0636910** e o código CRC **EBF8FB4B**.