

ESTUDOS TÉCNICOS PRELIMINARESLei nº 14.133/2021, art. 18, §§ 1º, 2º e 3º e Instrução Normativa SEGES nº 58/2022**1 - NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO**

1.1 - A solução visa a atender às necessidades de fortalecer a comunicação com a sociedade, a partir de um canal de comunicação com credibilidade, capilaridade, importante número de usuários e que alcança um público formador de opinião. É um espaço para o TRT6 expor assuntos de interesse social, contribuindo para a pacificação das relações de trabalho, bem como com a transparência do Tribunal. Além disso, busca-se fortalecer a imagem do TRT6 junto à opinião pública.

1.2 - A sociedade, como um todo, vem passando por transformações, no sentido de maior interação com os modelos digitais de comunicação, em detrimento aos conteúdos físicos. Fato que foi intensificado com a crise sanitária do novo coronavírus. Segundo a Associação Brasileira de Internet (Abranet), com base na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o acesso à internet em 2021 aumentou em relação a 2019, chegando a 84,7% em comparação a 79,5%. O acesso à internet aumentou em todos os segmentos, como por gênero e idade, revelando aumento entre o setor da terceira idade em 57,5% dessa população. Com a solução de mídias sociais, o TRT6 pretende acompanhar este avanço tecnológico, dispondo de formatos digitais para divulgação de conteúdo de interesse social e alcançando grande número de cidadãos que utilizam as redes sociais para se informar.

1.3 - Segundo pesquisa divulgada pelo PoderData, 41% dos brasileiros usam veículos jornalísticos na internet como principais meios para se manter informados, sendo 16% adeptos a redes sociais e 27% a televisão e rádio, e outros 13% a jornais impressos e revistas

(<https://www.poder360.com.br/midia/41-usam-veiculos-jornalisticos-na-internet-para-ler-noticias/>).

1.4 - O Facebook e o Instagram estapam o 1º e 3º lugares no ranking das 10 maiores redes sociais da internet, de acordo com a pesquisa realizada pelo site alemão www.statista.com e replicada pela Oficina da Net (<https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quaes-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>), perdendo o Instagram apenas para o YouTube, que figura em 2º lugar na pesquisa.

1.5 - A divulgação das atividades do TRT6 e dos direitos trabalhistas se alinha às diretrizes nacionais da política de comunicação do Judiciário estabelecidas pelo CNJ e CSJT/ TST, e ao Planejamento Estratégico deste Tribunal.



1.6 - Contribuir para que o trabalhador e a sociedade como um todo conheçam mais sobre os direitos que lhes são garantidos, bem como sobre a atuação do TRT6 para resguardá-los. Fortalecer, dessa forma, a cidadania e a imagem da instituição como órgão imprescindível à solução dos conflitos de natureza trabalhista e, portanto, à harmonia social.

2 - ÁREA REQUISITANTE

2.1 - Coordenadoria de Comunicação Social

3 - REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1 - As redes sociais para veicular publicações do TRT6 precisam essencialmente atingir o público de Pernambuco, pois os serviços do TRT6 são voltados para essa população.

3.2 - A veiculação de notícias nas mídias sociais no Instagram e Facebook precisa alcançar grande número de cidadãos, bem como atingir aqueles que são formadores de opinião e tenham o hábito de disseminar a informação, prestigiando-se os aspectos quantitativos e qualitativos.

3.3 - A publicação deverá seguir as seguintes medidas: stories do Instagram 1.080 px por 1.920 px e Post no Facebook 1.080 px por 1.080 px. A Coordenadoria de Comunicação Social do TRT6 irá enviar as artes já respeitando esses formatos.

4 - LEVANTAMENTO DAS SOLUÇÕES DE MERCADO

4.1 - Análise de Viabilidade da Contratação

4.1.1 - Levantamento de Soluções

Id	Descrição da Solução
1	Publicação no Facebook e Instagram do próprio TRT6
2	Não ter a solução de publicação no Facebook e Instagram de empresa jornalística
3	Contratação de empresa jornalística para a veiculação de notícias de interesse do TRT6 no Instagram e Facebook

4.2 - Análise das soluções

Para cada solução identificada:

4.2.1 - Publicação no Facebook e Instagram do próprio TRT6: O facebook do TRT6 não possui grande alcance, contando apenas com 783 seguidores (pág. 57).

Quanto ao Instagram, o TRT6 possui 14.100 mil seguidores (pág. 59). Apesar do número significativo de seguidores no Instagram, a publicação "Dona de Mim", em homenagem às mulheres em serviços terceirizados do TRT6, contou apenas com 1.262 (pág. 56) contas alcançadas. A título de exemplo, a mesma publicação foi realizada no Instagram do Jornal do Commercio e teve um alcance de 4.626 no Instagram e 91.541 no Facebook (pág. 60). O Jornal do Commercio conta com 857 mil seguidores no Facebook (pág. 62) e 893 mil seguidores no Instagram (pág. 61).

Já as redes sociais do Diário de Pernambuco, canais que estão no cerne desta contratação, possuem os seguintes marcos: Facebook tem 1,2 milhão de seguidores (pág. 64) e o Instagram, 1,3 milhão de seguidores (pág. 65).

Caso as contas das mídias sociais do Facebook e Instagram do TRT6 tivessem grande alcance, seria uma solução mais econômica as divulgações apenas nas mídias sociais próprias. No entanto, como visto, o alcance é muito pouco, comparado aos demais jornais.

4.2.2 - Não ter a solução de publicação no Facebook e Instagram de empresa jornalística: Isso impactaria sobremaneira a interação do TRT6 com o público consumidor de notícias em mídias sociais, incluindo operadores do direito, jurisdicionados e a população em geral. Hoje, com o grande avanço do mundo digital, é cada vez maior a fatia da população que toma conhecimento das notícias através das mídias sociais. Os jornais impressos já são cada vez menos e inexistentes, como é o caso do Jornal do Commercio, que apenas possui versão digital. Apenas do ponto de vista econômico é que se pode ter uma visão benéfica para o TRT6, que não arcaria com os custos desse tipo de contratação.

4.2.3 - Contratação de empresa jornalística para a veiculação de notícias de interesse do TRT6 no Instagram e Facebook: Esta solução é a que melhor atende aos interesses do TRT6, quanto aos quesitos abrangência em toda a região metropolitana de Recife e Estado de Pernambuco, e alcance da população que se inteira das notícias através das mídias sociais, notadamente através do Instagram e Facebook. Esta solução já vem sendo utilizada pelo TRT6 desde 2022, quando foi substituída a veiculação das notícias mensais em jornais físicos para as mídias digitais. Além de ser uma solução mais econômica do que a veiculação de notícias em jornais físicos, é mais abrangente, posto que a população tem se distanciado cada vez mais de notícias impressas, dando preferências para conteúdos digitais, e também menos poluente do ponto de vista socioambiental, já que não há uso de tinta para impressão e nem uso de



papel. A desvantagem recai sobre o orçamento, posto que não é uma solução econômica para o TRT6, em comparação a solução ser veiculada apenas em páginas do TRT6 ou mesmo não haver a solução. A veiculação de notícias em conta de jornalismo profissional evitar que o conteúdo do TRT6 fique em um espaço repleto de notícias sensacionalistas e/ou fake news.

4.3 – Critérios para classificação das soluções

4.3.1 - **Inviável** - Publicação no Facebook e Instagram do próprio TRT6: Antes de o TRT6 adotar as mídias sociais dos jornais de grande circulação em Pernambuco, havia veiculação de notícias nas redes sociais do TRT6, mas o alcance é muito inferior em comparação às notícias disseminadas por esses jornais. Isso ocorre tanto em razão do grande número de seguidores desses jornais, como também de mecanismos atrativos de leitores, como os banners nos sites oficiais, com links direcionados para as mídias sociais. O objetivo do TRT6 é a divulgação de notícias de interesse da população em geral, como também dos jurisdicionados e operadores do direito e, através das mídias sociais desses jornais, as notícias têm obtido grande alcance.

4.3.2 - **Pouco viável** - A não veiculação de notícias em mídias sociais do Instagram e Facebook em contas de jornais de grande circulação. O TRT6 deixaria de alcançar grande fatia da população que apenas consomem notícias por mídias sociais. O objetivo do TRT6 em disseminar notícias de interesse da população em geral, como dos jurisdicionados e operadores de direito deixaria de ter o alcance esperado, ficando essa população no prejuízo do conhecimento de conteúdo de seu interesse.

4.3.3 - **Viável** - A contratação de empresa jornalística para a veiculação de notícias nas mídias sociais do Instagram e do Facebook eleva o nível de disseminação de notícias do interesse do TRT6 a outro nível, pois o alcance é bem superior que os das mídias oficiais do próprio TRT6. As publicações abordam notícias relacionadas aos direitos trabalhistas e notícias da Justiça do Trabalho, sendo de interesse dos trabalhadores e profissionais do direito.

4.4 – Descrição da solução escolhida

4.4.1 - Por tudo que restou demonstrado, a melhor solução para atender a necessidade da Coordenadoria de Comunicação Social é a contratação de empresa jornalística para a veiculação de notícias nas mídias sociais do Instagram e Facebook.

4.5 – Justificativa da solução escolhida



4.5.1 - A contratação de empresa jornalística para a veiculação de notícias de interesse do TRT6 nas mídias sociais do Instagram e Facebook, alcançando a população em geral e também os jurisdicionados e operadores do direito, por tudo que foi relatado em linhas pretéritas, torna-se a solução mais viável para o TRT6. Apesar de não ser uma solução econômica, alcança um dos fins sociais da Justiça do Trabalho que é a divulgação do amplo conhecimento dos direitos trabalhistas e do processo do trabalho para a população consumidora de conteúdo em mídias sociais.

4.6 – Relação entre a demanda prevista e a demanda a ser contratada

4.6.1 - Estima-se uma publicação mensal no Story do Instagram e uma publicação mensal no Feed do Facebook.

4.6.2 - Pretende-se que as publicações iniciem-se em a partir de julho de 2024, contabilizando o total de 6 publicações do Instagram e 6 publicações no Facebook.

5 - DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

5.1 – A solução que melhor atende a necessidade da Coordenadoria de Comunicação Social é a contratação de empresa jornalística para a veiculação de notícias de interesse do TRT6 nas mídias sociais do Instagram e Facebook.

5.2 - A empresa deverá ter jornal de grande circulação no âmbito do estado de Pernambuco, seja ele apenas na versão digital ou em versão impressa, o que se aplica ao Diário de Pernambuco.

5.3 - Como o TRT6 já dispõe de contrato dessa natureza com o Jornal do Commercio e Folha de Pernambuco, pretende-se a contratação do Diário de Pernambuco com a mesma finalidade de veiculação de notícias em suas redes sociais do Instagram e Facebook.

5.4 – A proposta de preço deverá obrigatoriamente conter a descrição do item cotado e estar em consonância com os valores praticados pela empresa no mercado, em serviço de mesma natureza ou similar.

5.5 – A IMPACTO PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, CNPJ: 45.702.074/0001-08, detém a exclusividade para comercialização, edição, publicação e distribuição do Diário de Pernambuco, na versão impressa e digital, outorgada pelo SEJOPE - Sindicato das Empresas Editoras de Jornais do Estado de Pernambuco, de acordo com a Lei 14.133/2021 (pág. 32).

5.6 - No preço ofertado deverão estar incluídas todas as despesas, bem como todos os tributos, taxas e demais encargos necessários à completa execução do serviço.



5.7 - A empresa deverá fornecer ao TRT6 documento comprobatório da veiculação das notícias no Instagram e Facebook, com o número de visualizações e de impressões, mensalmente, juntamente com a nota fiscal dos serviços.

5.8 - A veiculação de notícias nas mídias sociais através de Publipost no Facebook e de Stories no Instagram é objeto de contratação na Editora Jornal do Commercio e Folha de Pernambuco, respectivamente através dos Proads 23046/2023 e 2561/2024, restando inviabilizada a competição entre eles, justificando a contratação por inexigibilidade de licitação, na forma preconizada no art. 74, I, da Lei 11.133/2021.

6 – ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

6.1 – Será uma publicação mensal no Publipost Facebook e uma publicação mensal no Stories Instagram, a partir de julho de 2024, totalizando 6 publicações no Instagram e 6 publicações no Facebook.

7 – ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

7.1 – De acordo com a proposta enviada pelo Diário de Pernambuco e a tabela de preços de 2024 (págs. 14/20), o valor para este tipo de contratação é de R\$ 8.367,16 por publipost no Feed do Facebook e R\$ 4.555,86 por story no Instagram, totalizando o importe de R\$ 77.538,12 para os 6 meses de publicações.

7.2 - Para o TRT6, o Diário de Pernambuco ofertou os serviços com o desconto de 66,83% sobre o valor de tabela, perfazendo o valor mensal para o publipost no Feed do Facebook o importe de R\$ 2.775,38, e para a publicação no Story do Instagram, o valor de R\$ 1.511,18, totalizando o valor mensal de R\$ 4.286,56 e, para os 6 meses, o valor de R\$ 25.719,36

7.2 – Orçamento detalhado

Ite m	Descrição	Qtd. Mensal	Valor unitário	Valor total para 6 meses
1	Feed no Facebook	1	2.775,38	16.652,28
2	Story no Instagram	1	1.511,18	9.067,08
Total			4.286,56	R\$ 25.719,36

7.3 – Adequação Orçamentária

7.3.1 – Fonte de Recursos

PROAD 6754/2024. DOC 32. Para verificar a autenticidade desta cópia, acesse o seguinte endereço eletrônico e informe o código 2024.FLQY.JFCM: <https://proad.trt6.jus.br/proad/pages/consultadocumento.xhtml>



Id	Valor	Fonte (Programa/Ação)
	R\$ 25.719,36	Programa: 02.131.0033.219I.0026 - Publicidade Institucional e de Utilidade Pública no Estado de Pernambuco. E.D.: 3390.39 - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica

7.3.2 – Estimativa de Impacto Econômico-Financeiro

Id	Valor	Exercício	Percentual	Análise e Conclusão
1	R\$ 25.719,36	2024	58,37%	O valor da proposta é inferior ao orçamento previsto para este tipo de contratação. Este no importe de 44.065,00.

8 – JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

8.1 – Justificativa da indivisibilidade do item – Não é possível o parcelamento dos itens, por tratar-se de serviço que deve ser realizado e entregue em seu conjunto por uma única empresa.

8.2 - O objeto a ser contratado configura sistema único e integrado e há a possibilidade de risco ao conjunto do objeto pretendido.

8.3 - O processo de padronização ou de escolha leva a fornecedor exclusivo.

8.4 – Justificativa quanto à reserva ou não de quota ou participação exclusiva de ME e EPP.

8.4.1 - **Não** se aplica a reserva de quota ou participação exclusiva de ME e EPP por tratar-se a hipótese de inexigibilidade de licitação, na forma prevista no Art. 49, IV, da Lei Complementar nº 123/2006 e 74, I da Lei nº 14.133/2021.

9 - CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

9.1 – O objeto do presente contrato, afigura-se item de contratação continuada pelo TRT6, tendo sido adquirido em outras gestões.

9.2 - Esclarece-se que houve tentativa de contratação com o mesmo objeto, através do Proad 23067/2023 (Processo originário - Proad 19741/2023), o qual restou fracassado, haja vista a empresa Like Marketing Serviços Promocionais Ltda não deter mais a exclusividade para a



contratação, comercialização, publicação do Diário de Pernambuco. O proad encontra-se arquivado.

10 – ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

10.1 – Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais.

10.1.1 - Fortalecer a comunicação e as parcerias institucionais: Aperfeiçoar os processos de comunicação com foco na divulgação e disseminação das competências institucionais, estratégias e políticas públicas implantadas, e resultado da Justiça do Trabalho para a sociedade, visando fortalecer a transparência e a sua imagem.

10.2 - Promover o trabalho decente e a sustentabilidade.

10.2.1 - Promover ambientes de trabalho seguros e protegidos; assegurar a dignidade do trabalhador; zelar pela não discriminação; o combate ao trabalho infantil, bem como a gestão e o uso sustentável, eficiente e eficaz dos recursos sociais, ambientais e econômicos, visando o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS da Organização das Nações Unidas – Agenda 2030.

10.3 - Promover a integridade e a transparência em relação aos atos de gestão praticados.

10.3.1 - Promover mecanismos de integridade e transparência em relação aos atos de gestão praticados, garantindo-se alinhamento entre a estratégia corporativa e prioridades de gestão às despesas de maior impacto orçamentário e a boa e regular aplicação dos recursos públicos.

10.4 - Previsão da Contratação no Plano Anual de Contratações: A contratação da veiculação publi-post no Instagram e Facebook do Diário de Pernambuco está prevista no Plano Anual de Contratações 2024, E.D: 3.3.90.39 (outros serviços de terceiros - pessoa jurídica), no valor de R\$ 44.065,00. A contratação está alinhada com as seguintes normas:

10.4.1 - Art. 5º, inciso XIV, da Constituição Federal/88, a Lei 12.527/2011 e as Resoluções 215/2015 e 265/2018 do CNJ, que tratam do direito ao acesso à informação;

10.4.2 - Art. 1º da Resolução 321/2022, que institui a Nova Política de Comunicação Social no âmbito da Justiça do Trabalho de primeiro e segundo graus e cria o Manual de Comunicação Social e Redação Jornalística da Justiça do Trabalho.

10.4.3 - Resolução CSJT N.º 174, que dispõe sobre a promoção de ações de incentivo à autocomposição de litígios e à pacificação social por meio da conciliação e da mediação na Justiça do Trabalho.



10.4.4 - Ato TRT-GP Nº 138/2019, que trata sobre o Programa de Combate ao Trabalho Infantil e de Estímulo à Aprendizagem em Pernambuco e prevê ações educativas que divulguem a importância de manter crianças e adolescentes distantes da atividade laboral.

10.4.5 - Resolução CSJT 96/2012, que institui o Programa Trabalho Seguro e recomenda a divulgação de ações para prevenir os acidentes de trabalho.

10.4.6 - Resolução CSJT 367/2023, que institui o Programa Nacional de Enfrentamento ao Trabalho Escravo e ao Tráfico de Pessoas e de Proteção ao Trabalho do Migrante, no âmbito da Justiça do Trabalho e dá outras providências.

11 - RESULTADOS PRETENDIDOS

11.1 - Pretende-se com a contratação do serviço atingir o público específico de leitores de jornais (mídias sociais), que tem como uma de suas características a de formador de opinião. Além disso, dar ampla divulgação da produtividade do TRT6, das ações desenvolvidas ao longo de 2024 e divulgações de direito do trabalho e processo do trabalho.

12 - PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

12.1 - A Administração indicará de forma precisa, individual e nominal, o agente responsável para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, a quem competirá as atribuições e responsabilidades do art. 18, §1º, X, da Lei nº. 14.133/2021, sem prejuízo das sanções administrativas e penais cabíveis.

13 - POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

13.1 - O serviço será executado de forma que cause menos impacto ambiental. Tal serviço não está previsto no Guia de Contratações Sustentáveis da Justiça do Trabalho 3ª Edição. Porém o próprio Guia prevê a utilização de meio eletrônico para difundir as informações e servir como instrumento de comunicação direta com a sociedade e entre os Tribunais Regionais do Trabalho. A publicação de publipost em meio digital não se utiliza de impressão de papel e uso de tinta para a veiculação de notícias, o que já minimiza potencial dano ao ambiente.

14 - DECLARAÇÃO DE ADEQUAÇÃO E VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

14.1 - Com base nas informações levantadas ao longo de aquisições anteriores, declara-se que a contratação é **VIÁVEL**. As questões elencadas no presente estudo estabeleceram



critérios de razoabilidade, eficiência, legalidade, especificações, preço médio e o princípio da economicidade para administração pública.

15 – CRITÉRIOS TÉCNICOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

15.1 – Justificativa para contratação direta - Justifica-se a contratação direta por inexigibilidade de licitação, na forma prevista no 74, I da Lei nº 14.133/2021, por se tratar de serviço prestado com exclusividade, recaindo a escolha sobre o Diário de Pernambuco, empresa especializada em jornalismo no estado de Pernambuco, com abrangência estadual e reconhecimento público de sua relevância no segmento de atuação para veicular notícias do TRT6.

16 – EQUIPE DE APOIO À CONTRATAÇÃO

16.1 – Helen de Albuquerque Moreira

16.2 – Cybelle Lustosa de Paula

16 – EQUIPE DE GESTÃO DA CONTRATAÇÃO

16.1 – Helen de Albuquerque Moreira - Gestora

16.2 - Leonardo Machado - Gestor Substituto

16.3 - Cybelle Lustosa de Paula - Fiscal

Recife, (conforme assinatura eletrônica)

Helen de Albuquerque Moreira

Coordenadora Substituta de Comunicação Social

