

1.5 - A divulgação das atividades do TRT6 e dos direitos trabalhistas se alinham 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.

1.7 - Os serviços de mídias sociais se enquadram como contínuos, de acordo com o art. 6º, XV, da Lei 14.133/2021, que define serviço contínuo como “aquele que, pela sua natureza, deve ser executado de forma contínua para atender a uma necessidade permanente da Administração Pública”.

1.8 - A necessidade de enquadramento dos serviços de mídias sociais como contínuos se dá tendo em vista:

1.8.1 - A necessidade de comunicação digital do TRT6 é permanente e ininterrupta, essencial para garantir a transparência, a publicidade dos atos institucionais e a interação com a sociedade, notadamente no que pertine à divulgação dos direitos do trabalho e processual do trabalho à população carente destas informações.

1.8.2 - A gestão de mídias sociais envolve atividades diárias como criação de conteúdo com notícias de interesse do TRT6 e alcance da população em geral, notadamente os jurisdicionados e operadores do direito, monitoramento de interações, resposta a usuários e análise de desempenho, demandando execução contínua.

1.9 - Assim, a necessidade de os serviços de mídias sociais serem contínuos é justificada com fundamento no art. 106, da Lei nº 14.133/2021, nos seguintes termos:

1.9.1 - Evitar descontinuidade na comunicação institucional do TRT6, essencial para informar a sociedade sobre decisões, eventos e orientações jurídicas.

1.9.2 - Permitir um planejamento estratégico de comunicação a longo prazo, essencial para a manutenção da identidade institucional e do engajamento digital, sem solução de continuidade.

1.10 - Para tanto, há necessidade de que o contrato possua vigência de 12 meses, a contar de sua assinatura, com prorrogação a cada 12 meses, limitado a 10 anos, nos termos do art. 107, da Lei nº 14.133/2021, desde que os preços e condições permaneçam vantajosos para a administração.



1.11 - A continuidade na prestação de serviços de mídias sociais, sem solução de continuidade, garante maior eficiência e melhor aproveitamento dos investimentos públicos em comunicação.

1.12 - Necessidade de reajuste dos serviços a cada doze meses, de acordo com o IPCA ou outro índice oficial que o substitua, o que será melhor detalhado no contrato, a fim de que se mantenha o equilíbrio econômico.

2.1 – Coordenadoria de Comunicação Social

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.

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 com abrangência no estado de Pernambuco 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. Quanto ao Instagram, o TRT6 possui 16,7 mil seguidores. O Jornal do Commercio conta com 865 mil seguidores no Facebook e 926 mil seguidores no Instagram. A Folha de Pernambuco



conta com 608 mil seguidores no Instagram e 196 mil seguidores no Facebook. Já as redes sociais do Diário de Pernambuco possuem os seguintes marcos: Facebook tem 1,2 milhão de seguidores e o Instagram, 1,3 milhão de seguidores. Diante do número expressivo de seguidores das três empresas jornalísticas, qualquer matéria veiculada nas suas mídias sociais terão muito mais alcance do que se apenas houver publicação nas mídias sociais do TRT6. A necessidade do TRT6 é que as notícias e postagens alcancem o maior número de pessoas possível.

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 com abrangência no estado de Pernambuco para a veiculação de notícias de interesse do TRT6 no Instagram e Facebook: Esta solução atenderia aos interesses do TRT6, quanto aos quesitos abrangência em toda a região metropolitana de Recife e Estado de Pernambuco, com o 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. Não seria viável a contratação de empresa jornalística de abrangência nacional, posto que todo o conteúdo de notícias do TRT6 veiculado nas mídias sociais são de interesse do público do estado de Pernambuco,



notadamente porque o TRT6 apenas tem abrangência no respectivo estado. Assim, a difusão para outros estados da Federal não seria uma escolha eficaz, além do aumento dos custos. 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 evita 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 consome notícias por mídias sociais. O objetivo do TRT6 é disseminar notícias de interesse da população em geral e também dos jurisdicionados e operadores do direito. Sem a contratação de publicação nas mídias sociais dos jornais de grande circulação no Estado de Pernambuco, o TRT6 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 com abrangência no estado de Pernambuco 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 empresas jornalísticas com



competição entre eles, justificando a contratação por inexigibilidade de licitação, na forma preconizada no art. 74, *caput*, da Lei 11.133/2021.

6.1 – Será uma publicação mensal no Publipost Facebook e uma publicação mensal no Stories Instagram, totalizando 12 publicações no Instagram e 12 publicações no Facebook, por 12 meses, a partir da assinatura do contrato.

7.1.1 – Os valores estão de acordo com as propostas apresentadas pelos jornais que se pretende contratar. Os orçamentos tiveram como base as tabelas de preço público do ano de 2024, sem o repasse do reajuste para o ano de 2025, como forma de manter o preço mais atrativo para o TRT6. Sob o valor de tabela de 2024 foi ofertado desconto. As propostas encontram-se nos autos do Proad 22174/2024. Diante disso, resta justificada a vantajosidade para o TRT6.

7.1.1 De acordo com a proposta enviada pelo **Diário de Pernambuco** e a tabela de preços de 2024, 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. No entanto, 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\$ 2.775,39, e para a publicação no Story do Instagram, o valor de R\$ 1.511,17, totalizando o valor mensal de R\$ 4.286,56 e, para os 12 meses, o valor de R\$ 51.438,72.

7.1.2 **Jornal do Commercio:** O valor para uma publicação no Feed do Facebook é R\$ 3.300,00, e uma publicação no Story do Instagram custa 1.650,00, de acordo com a tabela pública de 2024, o que totaliza o valor mensal de R\$ 4.950,00. Para o TRT6, o Jornal do Commercio, ofertou o valor de R\$ 2.733,33 para publicação no feed do Facebook e R\$ 1.366,67 para a publicação no story do Instagram, importando no total mensal de R\$ 4.100,00, mensal, permanecendo, portanto, o mesmo valor contratado em 2024. Para 12 meses, o valor é de R\$ 49.200,00.

7.1.3 **Folha de Pernambuco:** De acordo com a tabela de preços de 2024, uma publicação no Feed do Facebook, custa R\$ 6.000,00, e no stories do Instagram custa R\$ 2.000,00. Para o TRT6, a Folha de Pernambuco fez a oferta de R\$ 4.000,00 a publicação no Facebook e R\$ 450,00, no stories do Instagram, totalizando o valor mensal de R\$ 4.450,00, importando em valor inferior ao contratado em 2024 (R\$ 4.572,69), como forma de manter um valor atrativo



