



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MINAS GERAIS  
AV. PRUDENTE DE MORAIS, 100 - Bairro CIDADE JARDIM - CEP 30380000 - Belo Horizonte - MG

## **ESTUDOS TÉCNICOS PRELIMINARES**

Em atenção ao Comunicado nº 5/2017, da Secretaria de Gestão Administrativa, 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 Minas Gerais (TRE-MG), relativas à regularização dos títulos cancelados, utilização do Sistema Título Net e ao processo eleitoral no Facebook e no Instagram.

### **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.

Resolução TSE 23.234/2010 - Dispõe sobre regras e diretrizes para a contratação de serviços no âmbito da Justiça Eleitoral

#### **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. Se o parâmetro se fechar apenas em Minas Gerais, dados do final de 2019 da consultoria internacional de marketing Comscore (<https://www.comscore.com/por/Sobre>) constataam que Minas Gerais é o segundo maior estado consumidor das redes, ficando responsável por 14% dos acessos no Brasil, atrás apenas de São Paulo (que tem 32% dos 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. O Stories não para de crescer e já conta com 250 milhões de usuários mundiais. O Brasil também se destaca na utilização dessa ferramenta. 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 2011.

As redes sociais Facebook e Instagram são, segundo a avaliação da Coordenadoria de Comunicação Social, uma das formas mais rápidas, eficientes e econômicas de se alcançar o público-alvo da Justiça Eleitoral mineira. Diante de um cenário em que a Justiça Eleitoral passa por ataques a sua credibilidade, sobretudo após o processo eleitoral de 2018, e com a expectativa de início da revisão biométrica obrigatória em 594 municípios mineiros, dentre eles, Belo Horizonte, 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 sexo 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. Como exemplo, enquanto uma publicação impulsionada entre 25 e 28 de outubro de 2018 alcançou cerca de 1 milhão de

pessoas, as publicações orgânicas deste mesmo período alcançaram cerca de 55 mil pessoas.

### **3.2. Referência aos instrumentos de planejamento do TRE-MG**

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 Minas Gerais está alinhada ao Planejamento Estratégico do TRE-MG 2016-2021, especialmente ao objetivo "Fortalecimento da segurança e da transparência do processo eleitoral".

### **3.3. Requisitos da contratação**

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

Para o atendimento às necessidades do TRE-MG, a empresa contratada deverá ter como forma de pagamento o Faturamento Mensal. A forma de pagamento está disponível nesta empresa, conforme pesquisa realizada, e pode ser concedida ao TRE-MG.

#### **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 Coordenadoria de Comunicação Social 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 pelas equipes da Seção de Desenvolvimento de Campanhas e da Seção de Produções Jornalísticas – ambas da CCS. Diante das formas de pagamento disponíveis, entende-se ser o Faturamento Mensal a melhor delas, já que se permite que seja realizado o serviço e, ao final do mês, feita uma cobrança daquilo que foi efetivamente realizado pelo contratante.

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-MG esteja presente nas redes sociais há alguns anos, o alcance orgânico das publicações é insignificante para o propósito de alcançar o público-alvo das campanhas da Justiça Eleitoral mineira, 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 (as postagens na página do TRE-MG raramente alcançam 1000 visualizações).

A fim de potencializar o alcance das publicações do Tribunal no Facebook e no Instagram, fazendo chegar a informação aos nosso eleitores e potenciais eleitores, visto que nosso público-alvo corresponde a todos os brasileiros residentes em MG 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. Para divulgar aos eleitores campanhas da Justiça Eleitoral Mineira, já são utilizadas outras soluções, tais como: carro de som, campanhas de rádio e televisão, faixas e cartazes, além de peças digitais para WhatsApp, e-mail, redes sociais (organicamente) e sites do próprio TRE-MG e de instituições parceiras. As soluções não são excludentes, elas se complementam e se reforçam e são utilizadas conforme as situações que se apresentam, como o maior ou menor comparecimento do eleitorado à revisão biométrica obrigatória, as peculiaridades e necessidades de cada município com relação às informações sobre a regularização do título, o surgimento de notícia falsa ou desinformação que exige uma resposta da Justiça Eleitoral, dentre outras.

A comunicação nas redes sociais apresenta vantagens em relação às demais soluções mencionadas acima, 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 11 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, contrata diretamente com o Facebook, por meio de Faturamento Mensal, 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 contrato direto com o Facebook os seguintes órgãos públicos: TRE-GO, TRE-CE, TRE-TO e TRE-SC. O TSE, TRE-SP e a Prefeitura de Belo Horizonte fazem o impulsionamento de publicações no Facebook, mas o contrato não é direto, mas sim por meio de agência. Já possuíram contrato direto com o Facebook, e pretendem contratar novamente: TRE-PR e TRE-RO.

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. A necessidade de interação direta com o público se mostra muito maior quando se precisa proceder ao chamamento público para a realização de um cadastro, como o biométrico, o que não ocorre no Superior Tribunal de Justiça, em um Tribunal de Contas e na Justiça do Trabalho. Ademais, a Justiça Eleitoral tem uma necessidade maior de interação com o seu público para repassar orientações ligadas ao processo eleitoral e, ainda, efetivar reação a eventuais desinformações ligadas à instituição e aos temas de seu interesse.

### **3.4.2. Estudo e delimitação do universo de pessoas que se pretenda alcançar: idades, sexo, região geográfica, área rural ou urbana**

No início de cada campanha, há estudo para o planejamento de comunicação. Com relação à comunicação sobre a necessidade de regularização dos títulos cancelados, pretende-se priorizar os municípios com os maiores índices de cancelamento, como Ribeirão das Neves, que se encontra em situação crítica, com mais de 25% dos títulos cancelados.

Além disso, tendo em vista a amplitude do público-alvo da Justiça Eleitoral mineira e dada a universalidade da prestação do serviço eleitoral, já que são potencialmente eleitores em Minas todos os brasileiros com mais de 16 anos que aqui residem, e, dentre estes, todos os com idade entre 18 e 70 anos são obrigados a se alistar como eleitores e se manter em dia com a Justiça Eleitoral, pretende-se com o impulsionamento de postagens nas redes sociais direcionar as ações para os focos onde forem detectados déficit de informação sobre o processo eleitoral, eleições e serviços prestados aos eleitores pelo TRE-MG.

As possibilidades de segmentação do público nas redes sociais permitem que se filtre os receptores das postagens patrocinadas por área geográfica, faixa etária, eventos, profissão, interesses etc. Com isso, é possível criar mensagens para grupos específicos. Por exemplo: é possível uma comunicação voltada para os eleitores com mais de 70 anos que vem sofrendo com a desinformação sobre possível cancelamento do cpf e outros benefícios em caso de título cancelado pelo não comparecimento à revisão biométrica, é possível ainda direcionar comunicações a pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida (filtrando por interesses), a jovens na idade de tirar o primeiro título e até mesmo, direcionar publicações a fim de angariar a simpatia de determinados grupos para tê-los como compartilhadores de informações da Justiça Eleitoral, aumentando o número de pessoas com acesso a informações oficiais da Justiça Eleitoral.

### **3.4.3. Levantamento prévio da quantidade de usuários em Minas Gerais 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\$ 15 mil, distribuído por 120 dias, podem ser alcançados entre 102 mil e 295 mil pessoas por dia - sendo estas pessoas usuários do Facebook/Instagram de Minas Gerais.

### **3.4.4. Parâmetro de valor para cada ação**

A distribuição dos valores será feita com base no planejamento de cada campanha. Por exemplo, no caso da regularização dos títulos cancelados, será feito com base nas estatísticas de cancelamento de títulos e será aplicada nas localidades em que os números demonstrarem a necessidade de reforço dos meios de comunicação já utilizados.

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. Uma comunicação mais abrangente, voltada para todos os eleitores da Capital (quase 2 milhões), terá um valor diferente de uma comunicação dirigida aos eleitores de um bairro na periferia de um município com 50 mil eleitores, por exemplo.

### **3.5. Estimativas de preços ou preços referenciais**

R\$ 5.000,00 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: notícia falsa sobre as Eleições 2020 que circula especificamente nos municípios do Triângulo Mineiro: pode ser feita 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.

### 3.8. 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 de forma descentralizada, sob coordenação da Seção de Contratos da Capital e Terceirização, e com atestação dos serviços prestados por servidores da Seção de Desenvolvimento de Campanhas.



Documento assinado eletronicamente por **RENATA RAPHAELE DA COSTA E SILVA**, **Chefe de Seção**, em 09/07/2021, às 11:35, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.tre-mg.jus.br/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&acao\\_origem=documento\\_conferir&lang=pt\\_BR&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.tre-mg.jus.br/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&acao_origem=documento_conferir&lang=pt_BR&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1802673** e o código CRC **1DF190D1**.