



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MINAS GERAIS
SEÇÃO DE DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO

Contratação do Facebook Serviços Online do Brasil LTDA (www.facebook.com) para veicular anúncios de campanhas do Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais (TRE-MG) no Facebook e no Instagram, relativas à regularização dos títulos cancelados, utilização do Sistema Título Net e ao processo eleitoral e eventuais eleições suplementares.

2. JUSTIFICATIVA

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 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. O algoritmo do Facebook e do Instagram 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 os conteúdos da Justiça Eleitoral sejam de extrema relevância, carecem de apelo para viralizar por si só (as publicações na página do TRE-MG raramente alcançam 1000 visualizações cada uma). Como exemplo, no perfil do TRE-MG no Facebook, 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.

Assim, 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. No entanto, devem ser consideradas as especificidades das duas redes sociais de maior interesse – Facebook e Instagram –, que tornam premente a necessidade de que sejam feitos pagamentos para que cada publicação alcance um público relevante e cumpram, de fato, o seu papel. Frente a um cenário em que a Justiça Eleitoral passa por ataques a sua credibilidade, sobretudo após o processo eleitoral de 2018, e diante da necessidade de chamamento dos eleitores que tiveram o título cancelado a regularizar sua situação eleitoral, faz-se necessária uma forma de comunicação rápida e que atinja cada público especificamente.

3. DA INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO

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 – conforme dados estatísticos apontados no item 2. A possibilidade de se segmentar o público por meio de diversos filtros, como faixa-etária, sexo e interesses, e a abrangência do alcance de cada publicação impulsionada são vantagens que inexistem em outras empresas que administram redes sociais.

4. DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

4.1. Da operacionalização

O Facebook e o Instagram não assinam formalmente contratos, utilizam um modelo de negócio automatizado, que se assemelha a um contrato de adesão.

A operacionalização do serviço será feita pela Coordenadoria de Comunicação Social, por meio da Seção de Desenvolvimento de Campanhas, no Gerenciador de Negócios e no Gerenciador de Anúncios do Facebook. Estas são plataformas da empresa Facebook que possibilitam que cada pessoa física ou jurídica administre os próprios anúncios a serem impulsionados nas redes sociais Facebook e Instagram.

Cada impulsionamento é feito separadamente. Ao serem definidos todos os critérios – incluindo a segmentação do público, a definição do valor máximo que poderá ser gasto para o impulsionamento da publicação e o período temporal em que será feito o impulsionamento –, a publicação será divulgada nas linhas do tempo dos perfis do TRE-MG das redes sociais desejadas (pode-se fazer no Instagram e no Facebook ao mesmo tempo, ou separadamente) ou será mostrada a usuários das duas redes sociais, conforme os filtros previamente aplicados, sem estar também publicada nas linhas do tempo dos perfis do TRE (esta opção é chamada de dark post, e é utilizada em larga escala por empresas e instituições públicas nestas redes sociais).

4.2. Da forma de pagamento

Faturamento mensal. O faturamento mensal é uma forma de pagamento para custos de anúncio que o Facebook disponibiliza para empresas qualificadas. Com o faturamento mensal, são recebidas faturas mensais em relação às contas de determinado mês, com 30 dias para pagá-las a partir da data de emissão. O TRE-MG é empresa qualificada para obter esta forma de pagamento, conforme contato já feito com a empresa Facebook. Ressalta-se que esta forma de pagamento é utilizada pelo TRE da Bahia na contratação direta com o Facebook, e tem sido bem-sucedida.

Conforme explicação extraída da Central de Ajuda de Negócios do Facebook: "digamos que você tenha gastado US\$ 100.000 em cinco contas de anúncios diferentes no mês passado. Se cada conta tiver um limite de cobrança de US\$ 1.000, você receberia 100 cobranças no mês quando as contas atingissem esse limite. Com o faturamento mensal, você receberia uma fatura para cada conta (cinco no total) e, depois, teria 30 dias para pagar as faturas até a data de vencimento" (<https://www.facebook.com/business/help/1120298481385813>).

5. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

Propõe-se que a contratação seja de setembro até novembro de 2021.

6. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE

Conforme já exposto, o Facebook e o Instagram não assinam formalmente contratos, utilizam um modelo de negócio automatizado, que se assemelha a um contrato de adesão (https://www.facebook.com/legal/commercial_terms). Sendo assim, não é possível estabelecer obrigações da contratada e da contratante.

7. DO VALOR DO CONTRATO E PAGAMENTO

O contrato terá o valor de R\$ 5.000,00 por mês. O pagamento será efetuado mensalmente, em até 30 dias após a emissão da fatura, conforme item 4.2.

8. DOS DADOS CADASTRAIS

FACEBOOK SERVICOS ONLINE DO BRASIL LTDA

R. Leopoldo Couto de Magalhães Júnior, 700 - 6º andar - Itaim Bibi

São Paulo - SP, Brasil

CEP: 04542-011

CNPJ: 13.347.016/0001-17

9. DO INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO

Diante do caráter específico desta contratação, que se configura por meio de instrumento semelhante a um contrato de adesão, conclui-se pela impossibilidade de se definir um instrumento de medição de resultado. Conforme o valor financeiro acertado para ser "investido" em cada publicação impulsionada, o resultado de alcance é certo e objetivo.

O que se deve medir, no entanto, é a adequação desta solução contratada para os objetivos estratégicos da comunicação institucional, o que será feito a cada prorrogação deste contrato, sem necessidade de se definir um instrumento específico para este fim.



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, informando o código verificador **1806575** e o código CRC **E0EF151C**.

0006481-34.2021.6.13.8000

1806575v1