

## **ESTUDOS TÉCNICOS PRELIMINARES**

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 do Ceará (TRE-CE), relativas à segurança do processo eletrônico de votação, 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.

#### **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 2017.

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 cearense. 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-CE

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 do Ceará está alinhada ao Planejamento Estratégico do TRE-CE 2021-2026, especialmente ao objetivo “Garantia dos Direitos Fundamentais; Fortalecimento da Relação Institucional do Poder Judiciário com a Sociedade”.

### 3.3. Requisitos da contratação

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

Para o atendimento às necessidades do TRE-CE, 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>)

#### 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-CE 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 (as postagens na página do TRE-CE raramente alcançam, em média, 2.500 visualizações). 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 CE 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 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 do Ceará, assim como o 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 contrato direto com o Facebook os seguintes órgãos públicos: TRE-GO, TRE-MG, TRE-TO 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 Ceará 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\$ 10,5 mil, distribuído por 7 meses, podem ser alcançados entre 259 mil e 750 mil pessoas no período - sendo estas pessoas usuários do Facebook/Instagram do Ceará.

#### 3.4.4. 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\$ 1.500,00 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 da região do Cariri: 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 feita pela Assessoria de Imprensa, Comunicação Social e Cerimonial (ASCOM) do TRE-CE.