



CÂMARA DOS DEPUTADOS

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , DE 2020.

(Do Sr. ELIAS VAZ)

Requer ao Ministro-Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, todos os relatórios de monitoramento Online diários, semanais, mensais e de finais de semana, produzidos no âmbito do Contrato 03/2015, firmado com a empresa Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A.

Senhor Presidente,

Com base no art. 50 da Constituição Federal e na forma dos arts. 115 e 116 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, requiero a Vossa Excelência que seja encaminhado ao Ministro-Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, General Luiz Eduardo Ramos Baptista, o presente pedido de informações com o objetivo de nos encaminhar todos os relatórios de monitoramento Online diários, semanais, mensais e de finais de semana, produzidos no âmbito do Contrato 03/2015, firmado com a empresa Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A.

A contratação em tela advém da concorrência pública nº 01/2014 – Processo Administrativo nº 00170.001865/2013-64. Seu edital descreve todos os serviços no item 6 do Projeto Básico. Um dos elementos contratuais previstos é o monitoramento (subitem 6.13.1 Monitoramento Online).

Segundo o projeto básico (subitem 6.13.1) a empresa deverá acompanhar de formar permanente a imagem do órgão/tema em veículos online e redes sociais. Além disso, *o monitoramento deve indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aqueles que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve responder os porquês dos dados e não só os números pelos números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado*



CÂMARA DOS DEPUTADOS

tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de posts/notícias que comprovem esta explicação.

Para exercer o acompanhamento previsto subitem nº 6.13.1 do projeto básico, a empresa tem que emitir relatórios periódicos e encaminhá-los à SECOM. Vejamos a descrição desses produtos.

- a) Relatório diário às 7h (corpo do e-mail) – deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior (o que mais teve relevância, seja ela positiva ou negativa), tendências de temas quentes para o dia e o que tem potencial de continuar na pauta (por exemplo, algum tema de veículo ou imprensa que esteja repercutindo nas redes sociais);*
- b) Relatório diário entre 12h e 14h (corpo do e-mail) – deve trazer os temas que mais estão repercutindo no dia – o cumprimento deste horário serve para que o cliente tenha tempo de agir no próprio dia;*
- c) Alertas (corpo do e-mail) – organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar bem o que merece ou não alertar. Devem apontar também alertas para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala positivamente para o cliente;*
- d) Relatório semanal em arquivo de apresentação (sexta-feira entre 12h e 14h) - recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu positiva e negativamente para os itens monitorados. Deve ser algo direto e objetivo, algo como 3 slides que resumam bem e de forma clara o que foi a semana;*
- e) Relatório de fim de semana (corpo do e-mail) - entre 12h e 14h do sábado, domingo e feriado - um consolidado com as principais informações do dia seguindo os mesmos parâmetros do relatório diário, sendo um para cada dia;*



- f) *Relatório mensal em arquivo de apresentação (quinto dia útil após encerramento do mês) – consolidado de todas as informações de maneira objetiva.*

Ante ao exposto, a Secretaria de Governo deverá encaminhar todos os relatórios descritos acima em formato de arquivo digital. Caso haja planilhas, estas deverão estar no formato excel.

Deverão ser enviados, ainda, todos os diagnósticos e mapas previstos no subitem nº 6.3.6 (Diagnóstico e saúde digital da marca) emitidos pela empresa, com destaque especial para os influenciadores.

JUSTIFICAÇÃO

Conforme preceitua nossa Carta Magna, em seu art. 49, X, *é competência exclusiva do Congresso Nacional, fiscalizar e controlar, diretamente, ou por qualquer de suas Casas, os atos do Poder Executivo, incluídos os da administração indireta.*

Pois bem, a contratação da empresa Isobar - Agência Click Mídia Interativa S/A é oriunda da concorrência nº 01/2014. O contrato foi assinado no dia 27 de fevereiro de 2015, mantendo sua vigência até a presente data.

Os serviços prestados pela empresa podem ser resumidos como soluções de comunicação digital a título de assessoramento do Governo Federal. O presente requerimento visa apenas os serviços previstos nos subitens 6.3.6 (Diagnóstico e saúde digital da marca) e 6.13.1 (Monitoramento Online).

Nesses itens, é feito o acompanhamento dos atos e declarações do governo no ambiente das redes sociais.

O diagnóstico e saúde digital da marca reflete a percepção que as medidas e políticas do governo alcançam no ambiente virtual, principalmente junto aos **influenciadores**. Vejamos a transcrição do edital.



6.3.6 Diagnóstico e saúde digital da marca

Descritivo: Elaboração de diagnóstico ou estudo inicial da saúde da marca, isto é, análise da percepção da marca ou órgão no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, destacando quem são os influenciadores (detratores, evangelistas, etc.), temas mais comentados, oportunidades e saúde da marca.

Entregável: Diagnóstico da marca completo. O estudo inclui os seguintes tópicos:

- a) Volume total de menções da marca nas redes sociais;*
- b) Regionalização e origens de menções;*
- c) Principais temas comentados;*
- d) Análise dos principais influenciadores (detratores, evangelistas, etc.) em fichas individualizadas;*
- e) Análise de oportunidades de mercado detectadas;*
- f) Análise de rankings de assuntos mais e menos falados;*
- g) Análise da saúde do tema (por polarização – positivo/negativo);*
- h) Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida. O estudo deve permitir um detalhamento claro sobre o formato do mercado nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.*

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

- a) Definição período suficiente para encontrar padrões e tendências;*
- b) Definição das fontes e da quantidade de blogs, redes, grupos ou portais especializados a serem analisados;*
- c) Definição do período suficiente para encontrar padrões e tendências;*
- d) Obtenção de boa avaliação qualitativa, incluindo análise política, sociológica, comportamento de consumo, no relatório a ser elaborado.*

Método de classificação da complexidade: Número de influenciadores que serão analisados detalhadamente e quantidade de canais a serem analisados.

Complexidade:

- a) Baixa: mapa de influenciadores completo, com fichas individuais e recomendações de ativação. Volume: 25 influenciadores. Até 5 canais digitais.*

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

b) Média: mapa de influenciadores completo, com fichas individuais e recomendações de ativação. Volume: 50 influenciadores. Até 10 canais digitais.

Prazo de entrega: até 15 dias úteis.

c) Alta: mapa de influenciadores completo, com fichas individuais e recomendações de ativação. Volume: 100 influenciadores. Acima de 10 canais digitais.

Prazo de entrega: até 20 dias úteis.

Já o subitem 6.13.1 – Monitoramento Online – visa um acompanhamento mais robusto e voltado para as repercussões imediatas e de curto prazo, visando subsidiar mudanças rápidas na abordagem usada pelo governo nos casos que alcançam impacto virtual viral. Vejamos a transcrição.

6.13.1 Monitoramento Online

Descritivo: Acompanhar de formar permanente (24x7) a imagem do órgão/tema em veículos online e redes sociais. O monitoramento deve indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aqueles que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve responder os porquês dos dados e não só os números pelos números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de posts/notícias que comprovem esta explicação;

Entregável:

- g) Relatório diário às 7h (corpo do e-mail) – deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior (o que mais teve relevância, seja ela positiva ou negativa), tendências de temas quentes para o dia e o que tem potencial de continuar na pauta (por exemplo, algum tema de veículo ou imprensa que esteja repercutindo nas redes sociais);*
- h) Relatório diário entre 12h e 14h (corpo do e-mail) – deve trazer os temas que mais estão repercutindo no dia – o cumprimento deste horário serve para que o cliente tenha tempo de agir no próprio dia;*



CÂMARA DOS DEPUTADOS

- i) *Alertas (corpo do e-mail) – organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar bem o que merece ou não alertar. Devem apontar também alertas para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala positivamente para o cliente;*
- j) *Relatório semanal em arquivo de apresentação (sexta-feira entre 12h e 14h) - recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu positiva e negativamente para os itens monitorados. Deve ser algo direto e objetivo, algo como 3 slides que resumam bem e de forma clara o que foi a semana;*
- k) *Relatório de fim de semana (corpo do e-mail) - entre 12h e 14h do sábado, domingo e feriado - um consolidado com as principais informações do dia seguindo os mesmos parâmetros do relatório diário, sendo um para cada dia;*
- l) *Relatório mensal em arquivo de apresentação (quinto dia útil após encerramento do mês) – consolidado de todas as informações de maneira objetiva.*

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis; qualidade das análises; alertas feitos de forma coerente e com relevância.

Método de classificação da complexidade: quantidade de menções.

Complexidade:

- a) *Baixa: monitoramento de 1 a 100 mil menções mês.
Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.*
- b) *Média: monitoramento de 101 mil a 500 mil menções mês.
Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.*
- c) *Alta: monitoramento de 501 mil a 1 milhão de menções mês.
Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.*

Nota-se que os serviços nada mais são que despesas públicas contratadas e pagas com recursos públicos. Além disso, refletem apenas as reações que a sociedade manifesta nas redes sociais, **um simples produto**, portanto passível de fiscalização legislativa.

Além disso, todos os relatórios são encaminhados ao Poder Público. Quando entregues, os documentos, imediatamente, sofrem a influência do regime jurídico



CÂMARA DOS DEPUTADOS

público, não cabendo nenhuma discussão com base na seara privada, visto que não passam de produtos contratados pela Administração.

O Legislativo Nacional é o poder encarregado da fiscalização dos atos do Executivo, principalmente quando este realiza atividades de pesquisa de imagem junto aos contribuintes.

Razão pelo qual, requer o encaminhamento dos pedidos acima mencionados.

Sala das Sessões, em de março de 2020

ELIAS VAZ

Deputado Federal – PSB/GO