



CONSELHO
NACIONAL DO
MINISTÉRIO PÚBLICO

LICITAÇÃO Nº X/2011
MODALIDADE – PREGÃO ELETRÔNICO
PROCESSO Nº /2011-
TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Contratação de serviços profissionais especializados de monitoramento de presença e elaboração de plano de estratégia de visibilidade do Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) nas mídias sociais.

2. ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO

Os serviços profissionais a serem prestados abrangerão as seguintes atividades:

- a) monitoramento da presença e da visibilidade do CNMP, durante 30 (trinta) dias consecutivos, nas mídias sociais *online*, disponíveis na *internet*, descritas no item 2.2., observados os itens 2.2.1. e 2.2.2. deste anexo;
- b) análise e mensuração da mídia gerada pelas partes interessadas (*stakeholders*), blogueiros e formadores de opinião na *internet*, a respeito do CNMP; e
- c) elaboração de um Plano de Estratégia de Visibilidade para o CNMP nas mídias sociais, no qual estarão descritas a estratégia de posicionamento do Conselho nessas redes e a estratégia de relacionamento do CNMP com os seus usuários.

2.1. Os termos, ambientes e públicos a serem monitorados serão definidos pelo Conselho, segundo assuntos vistos como estratégicos e considerando as recomendações da CONTRATADA, cuja experiência e conhecimento são aliados na evolução da

estratégia de atuação do CNMP nas redes sociais. No entanto, a decisão final sobre a escolha dos termos, ambientes e públicos caberá sempre ao Conselho.

2.2. A CONTRATADA deverá monitorar e analisar a presença e a visibilidade do CNMP, no mínimo, nas seguintes ferramentas de mídias sociais, cumulativamente:

- Blogs;
- *Facebook*;
- Flickr;
- Formspring;
- Fóruns;
- Foursquare;
- Google +;
- LinkedIn;
- Orkut;
- Twitter;
- *Youtube*.

2.2.1. Qualquer uma das ferramentas listadas no item 2.2. poderá ser substituída a qualquer tempo, conforme solicitação do gestor do contrato ou do seu substituto, devendo a CONTRATADA realizar a substituição de forma imediata.

2.2.2. Poderão, no curso do contrato, sem nenhum ônus para o CNMP, ser inseridas até 10 (dez) ferramentas de mídias sociais detectadas como estratégicas para o Conselho, que devam, por essa razão, ser obrigatoriamente monitoradas e analisadas pela CONTRATADA. Caberá ao Conselho a decisão final sobre a escolha de quais novas ferramentas serão abrangidas pelo serviço.

2.3. Durante a execução do contrato, a CONTRATADA deverá analisar, por amostra, as citações sobre o CNMP no ambiente virtual, abrangendo as ferramentas citadas no item 2.2. e o número de citações estipulado no item 4.5.1.1., alínea “h”, deste anexo.

2.4. A CONTRATADA deverá monitorar de 20 (vinte) a 50 (cinquenta) blogs e fóruns, os quais serão definidos pelo Conselho, com base na evolução de sua estratégia de atuação nas redes sociais.

2.5. A CONTRATADA deverá utilizar, para a realização do serviço, *software(es)* específico(s) para monitoramento de mídias sociais, a ser chamado de sistema de monitoramento, que apresente, minimamente, os requisitos descritos no item 5 deste anexo. O sistema de monitoramento deverá possuir interface *web*, em português do Brasil, que permita o acompanhamento remoto pelo CNMP.

2.6. A equipe mínima a ser disponibilizada durante a prestação dos serviços deverá ser composta por 3 (três) profissionais, incluindo o coordenador ou líder da equipe.

3. JUSTIFICATIVA PARA A CONTRATAÇÃO

3.1. O avanço tecnológico instituiu uma nova mediação comunicativa: a das redes sociais. Produto direto do avanço da internet, as plataformas para redes sociais impõem um novo modelo de comunicação: horizontal, em tempo real, interativo, digital, de múltiplos fluxos. Um modelo em que o receptor, livre de intermediários tradicionais, tem papel ativo no retorno, propagação e crítica da mensagem recebida.

Esse novo modelo subverte as tradicionais relações de comunicação caracterizadas pela hierarquia receptiva, monopólio do emissor e linearidade de conteúdo - que caracterizam os meios de comunicação como rádio, TV e jornais. Entender e estar preparado para essa nova realidade é papel de empresas, governos e cidadãos, que precisam da comunicação para realizar suas tarefas e objetivos.

Dados o crescente nível de inclusão digital e a ampliação do acesso à internet no Brasil e em todo o mundo, tal mudança deve adquirir uma dimensão cada vez mais relevante nos próximos anos. O acesso à internet no Brasil já inclui 81,3 milhões de pessoas, segundo a agência F/Nazca. O número corresponde a cerca de 42% da população brasileira.

Os números abaixo - compilados pelo Instituto Nielsen (IBOPE) - atestam a importância crescente da internet e das mídias digitais para a sociedade. Estar fora da rede deixou de ser opção para grande parte das instituições, que passaram a utilizá-la para trabalhar sua imagem e buscar objetivos comerciais, políticos ou sociais.

- Em 2010, a geração Y (nascidos após a década de 80 até meados da década de 1990)

já ultrapassou os nascidos no pós-segunda guerra. 96% deles estão nas mídias sociais.

- As mídias sociais já ultrapassaram a pornografia como atividade número 1 da internet.
- 10% por cento dos usuários são responsáveis por cerca de 90% do conteúdo das mídias sociais.
- 42% dos brasileiros estão na internet.
- Cerca de 95% dos internautas brasileiros acessam as mídias sociais.
- O Brasil é o sexto país que mais utiliza redes sociais no mundo.
- As classes A e B têm a mesma participação da classe C no acesso.
- Um terço dos internautas brasileiros fica conectado às mídias digitais, no mínimo, 1 hora por dia. 60% deles usam as mídias sociais há mais de 3 anos.
- 78% dos consumidores dizem acreditar na recomendação dos amigos, apenas 14% dizem acreditar em anúncios.
- O usuário padrão do Facebook permanece, em média, 55 minutos por dia, 6,5 horas por semana e 1,2 dia por mês conectado na plataforma.
- 24 horas de vídeo são postadas no Youtube a cada minuto.

O CNMP tem na *internet* seu principal canal de diálogo com a sociedade. Estão disponíveis no sítio da instituição documentos como atas e pautas das sessões, relatórios de atividades, resoluções, legislação, além dos arquivos em áudio de todas as sessões realizadas desde 2006. Busca processual, íntegra de decisões, informações institucionais e informações sobre os conselheiros também podem ser encontradas. Formulários eletrônicos permitem aos interessados enviar denúncias e sugestões ao órgão. A página, desenvolvida em outubro de 2006, com o apoio da Secretaria de Comunicação da Procuradoria Geral da República (PGR), ainda facilita o contato entre o CNMP e a imprensa, com a publicação de *releases* sobre a atuação do órgão e sobre as decisões mais importantes do colegiado.

O Conselho tem ampliado suas ações e pretende divulgá-las melhor. O número de processos cresce; a demanda por informações, também. O Conselho elaborou recentemente seu planejamento estratégico e definiu como objetivos estratégicos ações para dar mais transparência às atividades do CNMP e dos próprios MPs, fortalecer a comunicação interinstitucional, aprimorar intercâmbios, consolidar a representatividade do Conselho perante os MPs e a sociedade, entre outros. Os portais e sítios do Conselho e outras ações na *web* podem colaborar com esses objetivos. Para isso, no entanto, é preciso uma revisão ampla do projeto de comunicação digital do Conselho.

A presença do CNMP é modesta ou nula nas principais e mais conhecidas mídias sociais. A instituição não tem um perfil no Facebook e, apesar de contar com uma conta no Youtube, tinha apenas um vídeo postado até 15 de agosto de 2011. Após o início do trabalho com mídias digitais, cerca de 20 vídeos foram postados - todos de sessões.

O perfil do Conselho no Twitter (@conselhodomp) tem frequência baixa de tuítes, tendo alcançado média de um tuíte a cada três dias em junho, apenas dois tuítes no mês de julho e um tuíte a cada dois dias em agosto – até o momento de produção desse documento.

Vale ressaltar que a métrica de número de tuítes por período de tempo não é, sozinha, precisa suficientemente para avaliar a qualidade e relevância da presença da instituição na plataforma. Além de um número considerável de intervenções, é fundamental que essas intervenções se adequem à linguagem da plataforma sem perder os padrões de linguagem próprios da instituição, e produza conteúdo relevante o suficiente para ser replicado (retuitado) – divulgando assim o canal, tornando-o mais visto e mais seguido. O twitter da instituição deve se tornar, pela relevância e utilidade das informações postadas, um canal de referência na busca de informações relacionadas ao trabalho e às funções do Conselho. Até o presente momento, o CNMP não alcançou esse patamar.

Com base no trabalho desenvolvido nesta licitação, o CNMP terá condições de, em outras etapas, elaborar estratégias de posicionamento, de gestão e de atualização da instituição nas mídias sociais.

Pregão Eletrônico – O objetivo do CNMP é obter a proposta mais vantajosa para a Administração, como o menor custo, com a utilização da modalidade Pregão Eletrônico. Além disso, há certa urgência para realizar a licitação, tendo em vista a proximidade do fim do exercício financeiro e o fato de o Conselho iniciar o quanto antes e com profissionalismo o trabalho de comunicação nas mídias sociais.

Ademais, na equipe da Assessoria de Comunicação do CNMP, não há nenhum profissional que possua conhecimentos suficientes para fazer os dois relatórios abrangidos neste termo de referência (Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1) e Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do

CNMP nas Mídias Sociais (R2)), motivo pelo qual a contratação do serviços profissionais indicados no objeto deste procedimento licitatório vai auxiliar e proporcionar à instituição uma análise mais profunda e técnica sobre o assunto. O resultado do trabalho certamente servirá de base para que a própria Ascom tenha o conhecimento necessário para levar adiante futuros projetos relacionados às mídias sociais.

4. LOCAL E CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

4.1. Os serviços objeto deste termo de referência deverão ser desenvolvidos nas instalações da CONTRATADA, que deverá providenciar a infraestrutura de *hardware*, *software* e de pessoal necessária para a perfeita execução dos trabalhos.

4.1.1. A juízo do gestor do contrato ou do seu substituto, os serviços poderão ser executados na sede da CONTRATANTE, às expensas da CONTRATADA.

4.1.2. Para os serviços que forem realizados nas dependências da CONTRATANTE, será de responsabilidade da CONTRATADA o deslocamento dos profissionais envolvidos na prestação dos serviços, inclusive quanto às despesas de passagem, hospedagem, estada e alimentação, entre outros gastos.

4.2. O CNMP efetuará o acompanhamento da prestação do serviço objeto deste termo de referência por meio de consultas *online* ao sistema de monitoramento da CONTRATADA que, obrigatoriamente, tem de permitir o acesso dos usuários do Conselho à ferramenta de acordo com o estipulado nos itens 8.1.6. e 8.1.7. deste anexo.

4.3. O serviço a ser contratado deverá ser executado em 2 (duas) etapas, conforme descrição nos itens 4.5. e 4.6. e seus respectivos subitens.

4.5. 1ª Etapa – Diagnóstico Inicial

4.5.1. A CONTRATADA terá que monitorar a presença e a visibilidade do CNMP nas mídias sociais durante 30 (trinta) dias consecutivos, a partir da convocação do gestor do contrato ou do seu substituto, observado o item 20.1., alínea “a”, deste anexo,

4.5.2. A CONTRATADA terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis, a contar do 1º (primeiro)

dia seguinte ao fim do período a que se refere o item anterior, para entregar, ao gestor do contrato ou ao seu substituto, o Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1).

4.5.3. O diagnóstico referido no item anterior deverá abordar, minimamente e cumulativamente, os seguintes aspectos:

- a) identificação das mídias sociais nas quais há citações sobre o Conselho;
- b) identificação dos ambientes e comunidades, dentro das mídias sociais identificadas, em que o CNMP é citado e quais os assuntos relacionados à instituição mais discutidos;
- c) identificação dos temas e assuntos comentados sobre o Conselho, com avaliação do impacto e relevância dos comentários;
- d) identificação dos perfis de público que geram comentários sobre o CNMP nas redes sociais, como conselheiros e servidores do Conselho, membros e servidores do Ministério Público, membros e servidores do Poder Judiciário, advogados, bacharéis em Direito, professores, acadêmicos, especialistas e formadores de opinião, entre outros públicos;
- e) identificação de formadores de opinião que discutam temas de interesse do Conselho nas redes sociais, além da mensuração da audiência desses indivíduos e do grau de influência por eles exercido;
- f) identificação de blogs, comunidades, fóruns e outras redes que reúnam públicos e assuntos específicos de interesse do CNMP;
- g) identificação de ambientes estratégicos, de interesse do CNMP, em que há lacunas informativas a respeito da instituição;
- h) recomendação do número de citações sobre o CNMP que serão analisadas pela CONTRATADA, a ser aprovada pelo Conselho; e
- i) análises quantitativa e qualitativa dos dados obtidos, com a avaliação da presença do CNMP nas redes sociais, incluindo a identificação dos impactos dos comentários e da

participação das pessoas na imagem institucional do CNMP.

4.6. 2ª Etapa – Plano de Estratégia de Visibilidade

4.6.1. A CONTRATADA terá o prazo de até 5 (cinco) dias úteis, a partir do recebimento definitivo do Relatório de Diagnóstico Inicial (R1), para elaborar e entregar, ao gestor do contrato ou ao seu substituto, o Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2).

4.6.2. O Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP deverá abordar, minimamente e cumulativamente, os seguintes aspectos:

a) apresentação da estratégia de atuação do CNMP nas ferramentas de mídias sociais, o que inclui, entre outros itens, a indicação dos ambientes em que é necessária a participação do CNMP e os temas que precisam ser abordados na comunicação via redes sociais;

b) direcionamento de uma estratégia específica de comunicação e relacionamento do CNMP para cada rede social em que a participação da instituição for recomendada;

c) apresentação dos *blogs* e *fóruns* que serão monitorados pela CONTRATADA, bem como da estratégia de atuação com tais redes sociais;

d) identificação das vantagens e desvantagens para cada uma das estratégias apontadas;
e

e) proposição de um fluxo para relacionamento com o CNMP, em relação à interface com os empregados do Conselho, para geração e aprovação de conteúdos.

4.6.3. O Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2) poderá ser ajustado, sem nenhum ônus para o Conselho, de forma a incluir estratégias, canais de comunicação e/ou temas definidos pelo CNMP que não foram sugeridos originalmente pela CONTRATADA, entre outro(s) ajuste(s).

4.7. Os relatórios (R1 e R2) elaborados pela CONTRATADA deverão ser entregues ao

gestor do contrato ou ao seu substituto, de forma impressa e em mídia digital, em formato PDF.

5. REQUISITOS MÍNIMOS DO SISTEMA DE MONITORAMENTO

5.1. Requisitos funcionais:

5.1.1. monitorar 24 (vinte e quatro) horas por dia, 7 (sete) dias da semana, durante 30 dias consecutivos, as redes sociais descritas nos itens 2.2., 2.2.1. e 2.2.2. deste anexo;

5.1.2. garantir o armazenamento de todo o histórico dos termos e citações monitorados pelo sistema, por meio da manutenção de um banco de dados;

5.1.3. possibilitar a consulta da amostra analisada por filtros, como: assunto, público, rede social, data da publicação do comentário, palavra-chave, entre outros; e

5.1.4. gerar relatórios com os dados coletados no monitoramento a qualquer tempo, podendo ser especificado o período-base e o assunto relativo à atuação do CNMP, como aprovação de projetos de resoluções, sessões ordinárias e extraordinárias, julgamentos, reuniões de comissões, entre outros assuntos. Esses relatórios deverão trazer como resultados as inserções identificadas pelas mesmas categorias citadas no item 5.1.3 deste anexo.

5.2. Requisitos técnicos:

5.2.1. garantir a disponibilidade, a integridade e a correção das informações, mesmo quando submetidas a condições de grande concorrência e/ou volume de dados;

5.2.2. autenticar o usuário por meio de *login* pessoal e senha com tamanho mínimo de oito caracteres, formada, no mínimo, por letras e números;

5.2.3. possuir interfaces em português do Brasil.

5.3. Os requisitos funcionais e técnicos do sistema de monitoramento serão fiscalizados pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto durante toda a vigência do contrato e

devem atender aos requisitos mínimos exigidos no item 5 e seus subitens deste anexo.

6. RECEBIMENTO DO OBJETO DO CONTRATO

6.1. Os serviços serão tidos por prestados e recebidos pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto após a entrega por parte da CONTRATADA.

6.2. O recebimento definitivo do objeto contratado, nos termos do art. 73, I, b, da Lei nº 8.666/93, ficará condicionado à efetiva verificação da conformidade dos serviços entregues pela CONTRATADA.

6.3. Recebimento provisório e definitivo

6.3.1. O gestor do contrato ou o seu substituto efetuará o recebimento dos serviços objeto desta licitação, observados os seguintes procedimentos:

6.3.1.1. Recebimento provisório: o respectivo relatório (R1 ou R2) será recebido provisoriamente mediante termo circunstanciado assinado pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto;

6.3.1.2. A partir da data do recebimento provisório do respectivo relatório (R1 ou R2), o gestor do contrato ou o seu substituto fará, em até 2 (dois) dias úteis, a verificação da conformidade e qualidade dos serviços com as especificações constantes deste anexo, bem como o atendimento das obrigações estipuladas no contrato;

6.3.1.3. Em caso de comprovação da conformidade do respectivo relatório (R1 ou R2), este será recebido definitivamente, na forma do item 6.3.1.7.;

6.3.1.4. Caso seja(m) necessária(s) correção(ões) no respectivo relatório (R1 ou R2), o gestor do contrato ou o seu substituto solicitará à CONTRATADA que faça o(s) devido(s) ajuste(s);

6.3.1.5. A partir da comunicação do gestor do contrato ou do seu substituto acerca da(s) correção(ões) necessária(s), a CONTRATADA deverá realizar o(s) ajuste(s) solicitado(s) dentro dos seguintes prazos, de acordo com o relatório em questão:

6.3.1.5.1. Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1): até 5 (cinco) dias úteis após a solicitação do gestor do contrato ou do seu substituto;

6.3.1.5.2. Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2): até 5 (cinco) dias úteis após a solicitação do gestor do contrato ou do seu substituto;

6.3.1.6. O novo relatório entregue pela CONTRATADA, com o(s) ajuste(s) solicitado(s), será objeto de novo recebimento provisório, estando sujeito às condições e aos prazos estipulados em todos os subitens do item 6.3.1.

6.3.1.7. Se o(s) ajuste(s) a que se referem os itens 6.3.1.5.1. e 6.3.1.5.2. não forem realizados no prazo determinado, o gestor do contrato ou o seu substituto comunicará o fato à Administração do CNMP para as providências cabíveis.

6.3.1.8. Recebimento definitivo: os serviços serão recebidos definitivamente após confirmadas a plena conformidade e a qualidade deles de acordo com as especificações constantes deste anexo, bem como o atendimento das obrigações estipuladas no contrato, mediante termo circunstanciado, assinado pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto no prazo de até 2 (dois) dias úteis, a contar do último recebimento provisório.

7. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

7.1. Além de outras obrigações estipuladas neste termo de referência ou estabelecidas em lei, particularmente na Lei nº 8.666/93, e legislação complementar, constituem obrigações da CONTRATANTE:

7.1.1. Designar o gestor do contrato e o seu substituto, que serão responsáveis pelo monitoramento e verificação da conformidade da prestação dos serviços às exigências descritas neste anexo;

7.1.2. Realizar, quando conveniente, a substituição do gestor e/ou do gestor substituto designado por outro profissional, mediante comunicação endereçada à CONTRATADA;

7.1.3. Fornecer, sempre que deles dispuser, os elementos solicitados pela CONTRATADA

referentes à execução dos serviços previstos neste anexo.

7.1.4. Comunicar à CONTRATADA, por escrito:

7.1.4.1. Quaisquer instruções ou procedimentos sobre assuntos relacionados com o edital e com este anexo;

7.1.4.2. A aplicação de eventual penalidade, nos termos do edital e deste anexo;

7.1.5. Efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados;

7.2. Fornecer à CONTRATADA, por intermédio do gestor do contrato ou do seu substituto, cópia do Planejamento Estratégico do Conselho e/ou outro documento necessário à execução dos serviços;

7.3. Fornecer à CONTRATADA, quando solicitado, informações adicionais sobre o CNMP e sua atuação, desde que sejam necessárias para a execução adequada dos serviços contratados; e

7.4. Convocar a CONTRATADA para a reunião preliminar descrita no item 20.1. deste anexo.

8. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1. Além de outras obrigações estipuladas no contrato ou estabelecidas em lei, particularmente na Lei nº 8.666/93, e legislação complementar, constituem, ainda, obrigações da CONTRATADA:

8.1.1. Dispor de todos os recursos humanos e operacionais necessários para a perfeita execução dos serviços contratados, com plena observância dos prazos estipulados;

8.1.2. Reconhecer que o CNMP não manterá nenhum vínculo de natureza trabalhista com os profissionais e empregados da CONTRATADA;

8.1.3. Permitir que seja realizada fiscalização dos serviços, bem como a prévia análise

dos trabalhos pelos empregados e/ou departamento competentes do CNMP antes do envio da sua versão final para publicação;

8.1.4. Observar todos os prazos e especificações para a prestação do serviço exigidos neste anexo;

8.1.5. Designar, para a execução do contrato, profissionais qualificados e em número suficiente para a prestação dos serviços, cabendo-lhe total e exclusiva responsabilidade pelo integral atendimento de toda a legislação que rege os negócios jurídicos e que lhe atribua responsabilidades, com ênfase nas legislações trabalhista, previdenciária, tributária e cível;

8.1.6. Oferecer aos usuários do CNMP, incluindo o gestor do contrato e o seu substituto, orientações e treinamento sobre as métricas de análise utilizadas pela CONTRATADA, assim como sobre a utilização do sistema de monitoramento – incluindo, entre outros aspectos, direcionamento sobre uso das interfaces, formas de consultas e geração de relatórios – aos usuários do CNMP, que serão escolhidos pela Assessoria de Comunicação do Conselho, no prazo de até 10 (dez) dias úteis a partir da solicitação do gestor do contrato ou seu substituto;

8.1.6.1. Os usuários a que se refere o item anterior serão escolhidos pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto;

8.1.7. Possuir licenciamento de uso do *software* de acompanhamento do monitoramento que permita o acesso simultâneo a uma quantidade mínima de 10 (dez) usuários do CNMP;

8.1.8. Entregar ao Conselho os relatórios com a devida identificação e assinatura do(s) profissional(is) responsável(is) pela execução do serviço;

8.1.9. Tratar toda a informação gerada ou manipulada no âmbito da prestação do serviço como de propriedade do CNMP;

8.1.10. Apresentar, como anexo ao contrato a ser celebrado, termo de confidencialidade, assinado pelo representante legal da empresa e pelos profissionais que farão parte da

equipe, conforme modelo do Conselho;

8.1.11. Instruir a equipe no cumprimento do disposto a seguir quando tiver acesso a informações sigilosas do CNMP:

a) manter sigilo sobre essas informações;

b) limitar o acesso dessas informações aos profissionais que estejam envolvidos nos serviços objeto do contrato;

c) notificar prontamente o Conselho sobre qualquer divulgação ou uso não autorizado dessas informações e seguir todos os passos a serem indicados pelo CNMP para remediar qualquer divulgação ou uso;

d) não usar, gravar ou de alguma outra forma reproduzir ou reter essas informações, exceto se autorizado por escrito pelo Conselho.

8.1.12. Garantir que as pessoas com acesso às informações sigilosas estejam avisadas de sua natureza confidencial e das obrigações originadas desses fatos;

8.1.13. Cumprir integralmente as obrigações trabalhistas relativas a seus empregados designados para a prestação de serviços, mantendo atualizados os registros e anotações trabalhistas deles;

8.1.14. Efetuar o pagamento de todos os tributos, inclusive contribuições fiscais e parafiscais que incidam ou venham a incidir, direta ou indiretamente, sobre o contrato ou seu objeto, podendo o CNMP, a qualquer tempo, exigir a comprovação de sua regularidade, bem como descontar de qualquer crédito da CONTRATADA a importância correspondente a eventuais pagamentos desta natureza que efetue ou venha a efetuar por imposição legal;

8.1.15. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no todo ou em partes, o objeto do contrato em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes de sua execução ou dos recursos utilizados, conforme previsto no item 6.3.1. e seus subitens;

8.1.16. Observar, durante a execução dos serviços contratados, o fiel cumprimento das pertinentes leis federais, estaduais e municipais vigentes ou que venham a vigor, sendo a única responsável pelas infrações que venham a ser cometidas, ficando, desde já, convencionado que o CNMP poderá descontar de qualquer crédito da CONTRATADA a importância correspondente a eventuais pagamentos desta natureza que o Conselho venha a efetuar por imposição legal;

8.1.17. Responsabilizar-se pelo ressarcimento de quaisquer danos ou prejuízos causados ao CNMP ou a terceiros, decorrentes de execução dos serviços, bastando, para tanto, comunicação por escrito;

8.1.18. Manter, durante a vigência do contrato, todas as condições exigidas na ocasião da contratação, comprovando, sempre que solicitado pelo CNMP, a regularidade perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS (CRF) e à Previdência Social (INSS), assim como a relativa a tributos e contribuições federais, mediante a apresentação das certidões fiscais pertinentes, expedidas pelos respectivos órgãos públicos competentes;

8.1.19. Executar os serviços nos prazos determinados pelo CNMP;

8.1.20. Empregar, efetivamente, na prestação dos serviços, os profissionais indicados nos itens 2.6. e 9. e seus subitens deste anexo, sendo permitida, excepcionalmente e desde que autorizada previamente pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto, a substituição de tais profissionais por outros com experiências e qualificações que sejam, no mínimo, equivalentes;

8.1.21. Informar, previamente, ao gestor do contrato ou ao seu substituto, qualquer substituição de profissional da equipe utilizada na prestação dos serviços, a qual ficará condicionada à concordância do Conselho, devendo, ainda, apresentar em tais casos a documentação que comprove a qualificação do(s) profissional(ais) substituído(s);

8.1.22.. Substituir, sempre que solicitado pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto, qualquer integrante da equipe designada para execução dos trabalhos;

8.1.23. Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados pelo Conselho, cujas

reclamações se obriga prontamente a atender;

8.1.24. Informar, em tempo hábil, qualquer motivo impeditivo ou que a impossibilite de assumir as atividades conforme o estabelecido;

8.1.25. Repassar, sempre que solicitado pelo gestor do contrato ou pelo seu substituto, todo o conteúdo da base de dados de termos e citações, de propriedade do CNMP, em banco de dados Access ou planilha de Excel;

8.1.25.1. A CONTRATADA se obriga a disponibilizar banco de dados compatível com os sistemas utilizados pelo Conselho durante todo o período de execução do contrato.

8.1.26. Informar, previamente, ao gestor do contrato ou ao seu substituto, qualquer substituição do sistema de monitoramento utilizado, a qual ficará condicionada à concordância do Conselho, devendo ainda a CONTRATADA comprovar o preenchimento dos requisitos mínimos necessários pelo novo sistema e oferecer novas orientações, capacitação e direcionamento para uso da ferramenta, conforme estabelecido no item 8.1.6. deste anexo;

8.1.27. Não transferir a terceiros o contrato, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente;

8.1.28. Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração, seja qual for, desde que praticada por seus profissionais durante a execução dos serviços, ainda que nos recintos do Conselho;

8.1.29. Responsabilizar-se por qualquer ação, na Justiça do Trabalho ou outro foro competente, movida por seus funcionários ou contratados;

8.1.30. Também constituem responsabilidade da CONTRATADA os pagamentos dos encargos sociais previstos na legislação vigente e de quaisquer outros, em decorrência da sua condição de empregadora, sem nenhuma solidariedade do Conselho.

8.1.31. Os profissionais da CONTRATADA que realizarem suas atividades nas dependências do CNMP deverão ser apresentados formalmente ao gestor do contrato ou

ao seu substituto.

8.1.32. Caberá ainda à CONTRATADA indicar um preposto responsável pelo contrato, que deverá:

a) atuar em todas as etapas dos projetos e/ou tarefas, avaliando o seu desenvolvimento e promovendo ações que assegurem o cumprimento dos resultados contratados;

b) prestar apoio técnico aos componentes de sua equipe;

c) responder pela gestão de seus profissionais, coordenando as tarefas executadas;

d) garantir a qualidade nas tarefas compatíveis com os padrões e normas utilizados e definidos pelo CNMP por meio dos indicadores de níveis de serviço;

e) repassar o conhecimento necessário para a execução das tarefas previamente negociadas aos profissionais contratados para desempenhá-las;

f) garantir nos prazos contratados a entrega/transmissão dos serviços de maneira que possam ser instalados na plataforma tecnológica usada pelo Conselho;

g) resolver conflitos, se necessário, em conjunto com a equipe especializada do Conselho;

h) participar da reunião preliminar, na Sede do CNMP, em Brasília, para elaborar o plano de trabalho e iniciar a execução dos serviços, observado o item 20.1., alínea “a”, deste anexo.

9. QUALIFICAÇÃO MÍNIMA EXIGIDA PARA O COORDENADOR OU LÍDER DA EQUIPE E PARA A EQUIPE TÉCNICA

9.1. São exigidas as seguintes qualificações mínimas para o coordenador ou líder da equipe:

9.1.1. Quanto à formação:

a) diploma ou documento oficial equivalente emitido por instituição de ensino reconhecida pelo Ministério da Educação que comprove que o profissional concluiu curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em qualquer uma destas áreas/especialidades: Jornalismo; Marketing; Publicidade e Marketing; Publicidade e Propaganda; Relações Públicas.

9.1.1.1. No caso de certificado emitido no exterior, é necessária a validação dos órgãos competentes.

9.1.2. Quanto à experiência:

a) 2 (dois) anos, no mínimo, em veículos web ou projetos web de comunicação de organizações; e, cumulativamente,

b) 1 (um) ano, no mínimo, em planejamento e implementação de ações de comunicação em mídias sociais.

9.1.2.1. Entende-se a experiência descrita na alínea “a” do item 9.1.2. deste anexo como atividades de edição, redação e produção de conteúdo jornalístico ou institucional para sites de veículos de comunicação ou de pessoas jurídicas de direito privado ou público.

9.2. Quanto à qualificação mínima exigida para o coordenador ou líder da equipe, a comprovação da experiência em veículos web ou projetos web de comunicação de organizações se dará por meio da apresentação dos seguintes documentos:

i) certificado(s) expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado que comprove(m) experiência, pelo período mínimo de 2 (dois) anos, redigido com indicação do nome, CNPJ, endereço completo e telefones, além da qualificação do(s) representante(s) legal(is) que o assinar(em), possibilitando que o CNMP possa contatá-lo(s), caso seja necessário; ou

ii) cópia da carteira de trabalho ou do(s) contrato(s) de prestação de serviço firmado(s) com pessoas jurídicas de direito público ou privado em que conste experiência nos serviços descritos no item 9.2. deste anexo, pelo período mínimo de 2 (dois) anos.

9.2.1. Para a comprovação dos 2 (dois) anos de experiência, será aceita a soma de diferentes períodos de experiência, desde que cada período seja de, no mínimo, 6 (seis) meses.

9.3. Quanto à qualificação mínima exigida para o coordenador ou líder da equipe, a comprovação da experiência em planejamento e implementação de ações de comunicação em mídias sociais se dará por meio da apresentação dos seguintes documentos:

i) certificado(s) expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado que comprove(m) experiência, pelo período mínimo de 1 (um) ano, redigido com indicação do nome, CNPJ, endereço completo e telefones, além da qualificação do(s) representante(s) legal(is) que o assinar(em), possibilitando que o Conselho possa contatá-lo(s), caso seja necessário; ou

ii) cópia da carteira de trabalho ou do(s) contrato(s) de prestação de serviço firmado(s) com pessoas jurídicas de direito público ou privado em que conste experiência nos serviços descritos no item 9.3. deste anexo, pelo período mínimo de 1 (um) ano.

9.3.1. Para a comprovação de 1 (um) ano de experiência, será aceita a soma de diferentes períodos de experiência, desde que cada período seja de, no mínimo, 6 (seis) meses.

9.3.1.1. Nas hipóteses previstas nos subitens 9.2., alínea “i”, e 9.3., alínea “i”, deste anexo, não será aceita declaração expedida pelo próprio licitante ao coordenador ou líder da equipe.

9.4. São exigidas as seguintes qualificações mínimas para os membros da equipe técnica, com exceção do coordenador ou líder de equipe:

9.4.1. Quanto à formação:

a) diploma ou documento oficial equivalente emitido por instituição de ensino reconhecida pelo Ministério da Educação que comprove que o profissional concluiu curso de graduação em Comunicação Social, com habilitação em qualquer uma de suas

áreas/especialidades;

9.4.1.1. No caso de certificado emitido no exterior, é necessária a validação dos órgãos competentes.

9.4.2. Quanto à experiência:

a) 1 (um) ano, no mínimo, em veículos web ou projetos web de comunicação de organizações; e, cumulativamente,

b) 1 (um) ano, no mínimo, em planejamento e implementação de ações de comunicação em mídias sociais.

9.4.2.1. Entende-se a experiência descrita na alínea “a” do item 9.4.2. deste anexo como atividades de edição, redação e produção de conteúdo jornalístico ou institucional para sites de veículos de comunicação ou de pessoas jurídicas de direito privado ou público.

9.5. Quanto à qualificação mínima exigida para os membros da equipe técnica, exceto o coordenador ou líder da equipe, a comprovação da experiência em veículos web ou projetos web de comunicação de organizações se dará por meio da apresentação dos seguintes documentos:

i) certificado(s) expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) experiência, pelo período mínimo de 1 (um) ano, redigido com indicação do nome, CNPJ, endereço completo e telefones, além da qualificação do(s) representante(s) legal(is) que o assinar(em), possibilitando que o CNMP possa contatá-lo(s), caso seja necessário; ou

ii) cópia da carteira de trabalho ou do(s) contrato(s) de prestação de serviço firmado(s) com pessoas jurídicas de direito público ou privado em que conste experiência nos serviços descritos no item 9.5. deste anexo, pelo período mínimo de 1(um) ano.

9.5.1. Para a comprovação de 1 (um) ano de experiência, será aceita a soma de diferentes períodos de experiência, desde que cada período seja de, no mínimo, 6 (seis) meses.

9.6. Quanto à qualificação mínima exigida para os membros da equipe técnica, exceto o coordenador ou líder da equipe, a comprovação da experiência em planejamento e implementação de ações de comunicação em mídias sociais se dará por meio da apresentação dos seguintes documentos:

i) certificado(s) expedido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado que comprove(m) experiência, pelo período mínimo de 1 (um) ano, redigido com indicação do nome, CNPJ, endereço completo e telefones, além da qualificação do(s) representante(s) legal(is) que o assinar(em), possibilitando que o Conselho possa contatá-lo(s), caso seja necessário; ou

ii) cópia da carteira de trabalho ou do(s) contrato(s) de prestação de serviço firmado(s) com pessoas jurídicas de direito público ou privado em que conste experiência nos serviços descritos no item 9.6. deste anexo, pelo período mínimo de 1 (um) ano.

9.6.1. Para a comprovação de 1 (um) ano de experiência, será aceita a soma de diferentes períodos de experiência, desde que cada período seja de, no mínimo, 6 (seis) meses.

9.7. Nas hipóteses previstas nos subitens 9.5., alínea “i”, e 9.6., alínea “i”, deste anexo, não será aceita declaração expedida pelo próprio licitante aos membros da equipe técnica.

9.8. Os documentos comprobatórios da qualificação mínima do coordenador ou líder da equipe e dos profissionais da equipe técnica deverão ser apresentados como condição prévia à contratação, conforme descrito no item 10.1., alíneas “a” e “b”, deste anexo.

9.9. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

9.9.1. Para participação no certame, as empresas licitantes deverão apresentar, cumulativamente:

a) declaração de que dispõem de recursos materiais, técnicos e humanos suficientes e adequados para a perfeita prestação dos serviços a serem contratados; e

b) atestado(s) de capacidade técnica, expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, nacional ou estrangeira, que comprove(m) que o licitante presta ou tenha prestado os seguintes serviços:

i) monitoramento de mídias sociais;

ii) planejamento de estratégias de comunicação/visibilidade em mídias sociais;

b.1) O(s) atestado(s) de capacidade técnica a ser apresentado(s) deverá(ão), obrigatoriamente, demonstrar experiência do licitante no serviço descrito no item 9.9.1., alínea “b”, incisos “i” e “ii”, pelo menos nas mídias sociais Facebook, Twitter e Youtube, cumulativamente.

9.9.1.1. Entende-se por serviços de monitoramento de mídias sociais o conjunto de atividades que envolvam o levantamento das citações sobre uma instituição nas mídias sociais e resulte na mensuração da visibilidade da organização nestes ambientes, por meio de relatórios analíticos, com o objetivo de diagnosticar ameaças e oportunidades para a imagem da instituição ou ajustar o posicionamento da organização e de sua marca no mercado.

9.9.1.2. Entende-se por planejamento de estratégias de comunicação/visibilidade em mídias sociais o conjunto de atividades que envolvam a definição de um plano de ação de uma instituição nas mídias sociais que inclua critérios de participação, como os canais a serem utilizados, os tipos de conteúdos que serão abordados e as formas de relacionamento com os usuários desses canais, entre outros parâmetros.

10. CONDIÇÕES PRÉVIAS À CONTRATAÇÃO

10.1. Homologado, adjudicado e publicado o resultado da licitação, o gestor do contrato ou o seu substituto convocará o vencedor do certame para, no prazo de até 3 (três) dias úteis após a convocação, providenciar o que se segue:

a) indicação do coordenador ou líder da equipe e dos profissionais que integrarão a equipe técnica que prestará os serviços licitados, juntamente com seus currículos, os

quais deverão conter nome, nacionalidade, qualificação, endereço profissional e residencial e a descrição das experiências relacionadas ao objeto licitado;

b) documentos comprobatórios da qualificação mínima do coordenador ou líder da equipe e dos profissionais da equipe técnica exigidos no item 9 e seus subitens do presente anexo.

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

11.1. Compete à Comissão Permanente de Licitação do CNMP proceder ao julgamento das propostas, classificando-as de acordo com o atendimento às regras deste anexo e com o contido nos atestados exigidos dos licitantes.

11.2. Será considerado vencedor desta licitação o licitante que oferecer o menor preço do valor total para realizar os serviços referentes às 1ª e 2ª Etapas (R1 e R2), definidas nos itens 4.5. e 4.6. e seus respectivos subitens.

11.3. A licitante vencedora terá de executar os serviços referentes às 1ª e 2ª Etapas (R1 e R2), sendo proibido realizar somente uma ou outra etapa.

12. PROPOSTA DE PREÇO

12.1. A proposta do licitante deverá apresentar o preço na forma final, ou seja, o valor total do contrato, e com todos os custos, despesas e tributos inerentes à execução do serviços.

12.2. Deverão ser incluídos nos preços do serviço os valores relativos à realização de reuniões, apresentações, entrevistas, entre outras atividades, tantas quantas forem julgadas necessárias à perfeita execução do contrato.

12.3. Os preços dos serviços devem incluir todos os custos de transporte, estadas e alimentação dos profissionais da CONTRATADA, bem como os impostos e taxas incidentes sobre os serviços a serem prestados.

12.4. Não serão aceitas bonificações para nenhuma das etapas previstas neste termo de

referência, no contrato e no edital, para formação do preço total do serviço.

12.5. Os licitantes deverão observar, em suas propostas de preços, o seguinte valor total máximo para a realização dos serviços previstos neste anexo, sob pena de desclassificação:

Etapas do serviço	Relatórios abrangidos	Valor total máximo para a realização dos serviços (1ª e 2ª Etapas)
1ª Etapa (R1) - Diagnóstico Inicial (monitoramento e relatório)	Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1)	R\$ 29.630,74 (vinte e nove mil, seiscentos e trinta reais e setenta e quatro centavos)
2ª Etapa (R2) - Plano de Estratégia de Visibilidade	Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2)	

13. CLASSIFICAÇÃO FINAL

13.1. A classificação final dos concorrentes terá como base o menor valor total para a realização dos serviços (1ª e 2ª Etapas), observados os itens 11.2. e 12.5. deste anexo.

14. PRESTAÇÃO DE GARANTIA CONTRATUAL

14.1. A CONTRATADA deverá prestar, em até 5 (cinco) dias úteis após a assinatura do contrato, garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, sob a forma de caução em dinheiro ou títulos de dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária, nos termos do art. 56, *caput*, da Lei nº 8.666/93.

14.2. Quando em dinheiro, deverá ser efetuada em caderneta de poupança em favor do CNMP, conforme o disposto no Art. 82 do Decreto nº 93.872/86.

14.3. A garantia prestada somente será liberada ou restituída após o término da vigência do contrato a ser firmado, mediante requerimento da licitante vencedora.

14.4. A perda da garantia em favor do CNMP, por inadimplemento das obrigações contratuais firmadas, far-se-á de pleno direito, independente de qualquer procedimento

judicial ou extrajudicial das demais sanções previstas no contrato a ser firmado.

14.5. A qualquer tempo, mediante comunicação ao Conselho, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas neste anexo.

14.6. Se o valor da garantia for utilizado como pagamento de qualquer obrigação, a licitante vencedora obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contado da data em que for notificada pelo CNMP.

15. PRAZO DE VIGÊNCIA DA CONTRATAÇÃO

15.1. O contrato a ser celebrado terá o prazo de vigência assim definido:

15.1.1. 1ª Etapa - Diagnóstico Inicial: 30 (trinta) dias consecutivos, a partir da convocação do gestor do contrato ou do seu substituto, para monitorar a presença e a visibilidade do CNMP nas mídias sociais, observados os itens 8.1.32., alínea “h”, e 20.1., alínea “a”; e

15.1.1.1. até 5 (cinco) dias úteis, após o período a que se refere o item anterior deste anexo, para entregar, ao gestor do contrato ou ao seu substituto, o Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1).

15.1.2. 2ª Etapa - Plano de Estratégia de Visibilidade: até 5 (cinco) dias úteis, após o recebimento definitivo do Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1), para elaborar e entregar o Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2).

15.1.3. O contrato objeto deste termo de referência não terá sua vigência prorrogada, sendo que seu término dar-se-á após a entrega definitiva da 2ª Etapa (R2).

16. VALOR ESTIMADO PARA A CONTRATAÇÃO

16.1. Conforme pesquisa de preços de mercado realizada pela Assessoria de Comunicação do CNMP no período de 23 a 29 de setembro de 2011 e tendo como referências os orçamentos enviados por algumas das empresas consultadas, o valor total máximo para a presente contratação está estimado em R\$ 29.630,74 (vinte e nove mil,

seiscentos e trinta reais e setenta e quatro centavos).

17. FORMA DE PAGAMENTO

17.1. O CNMP efetuará o pagamento de cada relatório após o recebimento definitivo de cada etapa dos serviços, por meio de crédito em conta bancária, em até 10 (dez) dias úteis a contar da data da apresentação da nota fiscal/fatura no protocolo do Conselho, que deverá vir sempre acompanhada das certidões comprobatórias da regularidade fiscal exigidas para a habilitação na licitação.

17.1.1. Na nota fiscal a que se refere o item anterior tem de constar os serviços discriminados e ser emitida em nome do Conselho Nacional do Ministério Público, constando o CNPJ deste. Além disso, devem ser indicados os tributos incidentes e respectivas alíquotas de retenção.

17.2. O pagamento dos serviços da 1ª Etapa será realizado da seguinte forma:

a) pagamento da parcela referente ao Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1), mediante seu recebimento definitivo.

17.3. O pagamento dos serviços da 2ª Etapa será realizado da seguinte forma:

a) pagamento da parcela referente ao Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2), mediante seu recebimento definitivo.

18. RECURSOS FINANCEIROS

18.1. Os recursos para a execução dos serviços durante o exercício de 2011 estão consignados na seguinte funcional programática: Controle da Atuação Administrativa e Financeira do Ministério Público: Ação 8010.

19. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

19.1. A prestação dos serviços tem de ser executada de acordo com o seguinte cronograma:

Etapas dos serviços	Relatórios abrangidos	Prazos
1ª Etapa – Diagnóstico Inicial (monitoramento e relatório)	Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1)	30 (trinta) dias consecutivos, a partir da data de convocação do gestor do contrato ou do seu substituto, de monitoramento da presença e da visibilidade do CNMP nas mídias sociais, observado o item 20.1., alínea “a”, deste anexo, e até 5 (cinco) dias úteis, após o período de monitoramento da presença e da visibilidade do CNMP nas mídias sociais, para entregar, ao gestor do contrato ou ao seu substituto, o Relatório de Diagnóstico Inicial da Presença do CNMP nas Mídias Sociais (R1)
2ª Etapa - Plano de Estratégia de Visibilidade.	Relatório do Plano de Estratégia de Visibilidade do CNMP nas Mídias Sociais (R2).	Até 5 (cinco) dias úteis, a partir do recebimento definitivo do Relatório de Diagnóstico Inicial (R1).

20. REUNIÃO PRELIMINAR

20.1. Até o 1º (primeiro) dia útil seguinte à assinatura do contrato, será realizada, na Sede do CNMP, em Brasília, reunião entre o gestor do contrato e/ou o seu substituto e a CONTRATADA para:

a) elaboração do plano de trabalho para o início e a perfeita execução dos serviços, com base no item 19.1. deste anexo;

b) a CONTRATADA comprovar, por meio de original e/ou cópia autenticada da carteira de trabalho ou do contrato de prestação de serviço, os vínculos jurídicos e/ou trabalhistas dos profissionais designados para a prestação dos serviços objeto do contrato;

c) a CONTRATADA entregar os termos de confidencialidade assinados pelo representante legal da empresa e pelos profissionais que prestarão os serviços.

21. INFORMAÇÕES INSTITUCIONAIS

21.1. O Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP) atua em prol do cidadão para coibir qualquer tipo de abuso do Ministério Público (MP) no Brasil e de seus membros, respeitando a autonomia da instituição. O órgão de controle externo e de fiscalização do exercício administrativo e financeiro do MP foi criado em 30 de dezembro de 2004, pela Emenda Constitucional nº 45, e tem sede em Brasília (DF).

Formado por 14 membros, que representam setores diversos da sociedade, o CNMP tem como objetivo imprimir uma visão nacional ao MP. Ao Conselho cabe orientar e fiscalizar todos os ramos do MP brasileiro: o Ministério Público da União (MPU), que é composto pelo Ministério Público Federal (MPF), Ministério Público Militar (MPM), Ministério Público do Trabalho (MPT) e Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT); e o Ministério Público dos Estados (MPE).

Presidido pelo procurador-geral da República, o Conselho é composto por quatro integrantes do MPU, três membros do MPE, dois juízes, indicados um pelo Supremo Tribunal Federal e outro pelo Superior Tribunal de Justiça; dois advogados, indicados pelo Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil; e dois cidadãos de notável saber jurídico e reputação ilibada, indicados um pela Câmara dos Deputados e outro pelo Senado Federal.

Antes da posse no CNMP, os nomes apresentados são apreciados pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) do Senado Federal. Depois vão ao plenário do Senado e seguem para a sanção do presidente da República.

De acordo com a Constituição Federal, é papel do Conselho:

- Zelar pela autonomia funcional e administrativa do Ministério Público, podendo expedir

atos regulamentares, no âmbito de sua competência, ou recomendar providências;

- Zelar pela observância do artigo 37 da Constituição Federal e apreciar a legalidade dos atos administrativos praticados por membros ou órgãos do Ministério Público da União e dos Estados;
- Receber reclamações contra membros ou órgãos do Ministério Público da União ou dos Estados, inclusive contra seus serviços auxiliares, sem prejuízo da competência disciplinar e correicional da instituição, podendo avocar processos disciplinares em curso, determinar a remoção, a disponibilidade ou a aposentadoria com subsídios ou proventos proporcionais ao tempo de serviço e aplicar outras sanções administrativas, assegurada a ampla defesa;
- Rever os processos disciplinares de membros do Ministério Público da União ou dos Estados julgados há menos de um ano;
- Elaborar relatório anual, propondo as providências que julgar necessárias sobre a situação do Ministério Público no País e as atividades do Conselho.

21.2. MISSÃO DO CNMP

21.2.1. Fortalecer e aprimorar o Ministério Público brasileiro, assegurando sua autonomia e unidade, para uma atuação responsável e socialmente efetiva.

21.3. VISÃO DO CNMP

21.3.1. Ser o órgão de integração e desenvolvimento do Ministério Público brasileiro.

22. VALORES DO CNMP

Ética

Transparência

Pluralismo

Acessibilidade

Cooperação

Credibilidade

Inovação
Identidade Institucional
Valorização das pessoas
Proatividade

23. PÚBLICOS-ALVOS DO CNMP

23.1. Conselheiros, membros auxiliares, servidores, estagiários, prestadores de serviço, membros e servidores do Ministério Público, associações do Ministério Público, Poder Judiciário, Ministério da Justiça, Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República e Polícia, imprensa e os cidadãos usuários dos serviços do MP e do CNMP.

Brasília, DF, 5 de outubro de 2011.

Elaborado por:

Wilson Ximenes Lima
Chefe do Núcleo de Comunicação Digital

Aprovado por:

Juliana Carvalho Garcia
Assessora de Comunicação Social e Cerimonial Substituta