

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 14/10/2022 | Edição: 196 | Seção: 1 | Página: 7

Órgão: Ministério da Cidadania/Gabinete do Ministro

PORTARIA MC Nº 823, DE 13 DE OUTUBRO DE 2022

Institui o Manual de Procedimento de Seleção Interna das Agências de Publicidade no âmbito do Ministério da Cidadania.

O MINISTRO DE ESTADO DA CIDADANIA, no uso das atribuições que lhe conferem o artigo 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal e em atendimento ao disposto no artigo 2º, § 4º, da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, resolve:

Art. 1º Aprovar o "Manual de Seleção Interna das Agências", na forma do Anexo I desta Portaria, que disciplina, no âmbito do Ministério da Cidadania, a seleção interna das agências contratadas para execução das ações de comunicação publicitária.

§ 1º As disposições do manual de que trata o caput deverão ser observadas pelos servidores que praticarem atos relacionados à execução dos contratos firmados entre este Ministério e agências de propaganda.

§ 2º O manual a que se refere o caput estará disponível, também, no sítio eletrônico do Ministério da Cidadania, no endereço <<https://www.gov.br/cidadania/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/manuais>>.

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

RONALDO VIEIRA BENTO

ANEXO I

MANUAL DE PROCEDIMENTOS DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Em atendimento ao disposto nos artigos 2º e 4º, da Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, fica instituído procedimento de seleção interno entre as agências de publicidade e propaganda contratadas pelo Ministério da Cidadania para execução das ações de comunicação publicitária derivadas da Concorrência Pública 01/2022 - MC e demais licitações para o mesmo objeto doravante:

A Seleção interna das agências contratadas para a execução das ações será feita em função dos recursos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, da eficiência, da razoabilidade, da isonomia e da proporcionalidade.

1. DO PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNO DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

1.1. A forma de escolha de agência de propaganda para o desenvolvimento das ações de publicidade será feita de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, da eficiência, da razoabilidade, da isonomia e a proporcionalidade.

1.2. De acordo com as necessidades de comunicação estabelecidas na demanda, a seleção interna terá propostas de soluções publicitárias tais como: Planejamento de Publicidade, Linha Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia como objeto de avaliação.

1.3. A(s) agência(s) de propaganda será(ão) escolhida(s) por meio de seleção interna.

1.4. A seleção interna levará em consideração o valor total previsto para o desenvolvimento da ação de publicidade.

1.5. As seleções internas serão classificadas em três níveis, conforme definidos a seguir:

a) Seleção Interna de Nível 1: é o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com valor estimado em até R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);

b) Seleção Interna de Nível 2: é o procedimento de escolha de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com valor estimado superior a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) até R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais);

c) Seleção Interna de Nível 3: é o procedimento de seleção de agência(s) para o desenvolvimento de ação de publicidade com valor estimado superior a R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais).

1.5.1. Seleção Interna de Nível 1: escolha direta.

1.5.1.1. A escolha de agência por Seleção Interna de Nível 1, será realizada diretamente pelo Coordenador-Geral de Comunicação Social, diante de um dos seguintes casos:

a) que a agência tenha melhores condições e disponibilidade para entrega dos serviços demandados dentro do cronograma pretendido para desenvolver a ação; ou

b) que a agência tenha executado ação de publicidade similar, que poderá ser reaproveitada ou adaptada (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídia), desenvolvida anteriormente pela agência, no âmbito do contrato vigente.

1.5.1.2. As agências serão demandadas diretamente, no caso de Seleção Nível 1, por comunicação formal do Coordenador-Geral de Comunicação Social, que consignará nos autos o(s) critério(s) em que se apoiou para sua decisão.

1.5.1.3. Para a Seleção Interna Nível 1, nos casos em que se entenda a necessidade de mais opções de propostas criativas e/ou de estratégia de mídia, ainda que em ações de custos menos elevados, o Coordenador-Geral de Comunicação Social poderá propor que haja concorrência de propostas entre as agências, que seguirá o mesmo rito da seleção interna nível 2 - procedimento simplificado.

1.5.2. Seleção Interna de Nível 2: procedimento simplificado.

1.5.2.1. Será elaborado um briefing de comunicação, conforme modelo atualizado disponível no Sistema Eletrônico de Informação-SEI, pela unidade demandante e/ou Assessoria Especial de Comunicação Social, que conterà todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução publicitária para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições.

1.5.2.2. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social enviará o briefing de comunicação e solicitará às agências que apresentem, em data determinada, proposta de solução para a necessidade de comunicação formal na demanda.

1.5.2.3. As propostas apresentadas serão analisadas pelo Coordenador-Geral de Comunicação Social e submetidas ao Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social e ao dirigente máximo da unidade solicitante do serviço, que indicarão a proposta considerada mais adequada para atendimento da necessidade de comunicação, fundamentando a escolha, conforme os mesmos critérios descritos no item 1.5.3.6 deste manual.

1.5.2.4. Caso as propostas sejam consideradas não-adequadas, o Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social estabelecerá prazo para apresentação de novas propostas ou reformulação.

1.5.2.5. Considerando o princípio da equidade e com vistas a otimizar a execução e os resultados das ações de publicidade, o Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá sugerir que a proposta vencedora seja executada de forma integrada e compartilhada entre as agências, com anuência prévia das mesmas.

1.5.2.6. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá dispensar o procedimento de Seleção Interna de Nível 2, diante de um dos seguintes casos:

a) que a ação publicitária seja proposta por iniciativa de uma das agências, mediante documento escrito, de caráter não vinculativo, cuja viabilidade de execução, conveniência e possibilidade de efetividade tenham sido avaliadas e aprovadas pela Coordenador-Geral de Comunicação Social;

b) que a ação publicitária com linha criativa seja proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Federal ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e direitos conexos, conforme o caso; ou

c) que a agência tenha executado ação de publicidade similar, que poderá ser reaproveitada ou adaptada à ação de publicidade (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídia) aprovada anteriormente em processo de Seleção Interna de Nível 2, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida.

1.5.2.7. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicação formal do Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social.

1.5.3. Seleção Interna de Nível 3: avaliação por comissão previamente instituída.

1.5.3.1. Será elaborado um briefing de comunicação, conforme modelo atualizado disponível no Sistema Eletrônico de Informação-SEI, pela unidade demandante, que conterá todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução publicitária para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições.

1.5.3.2. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social deverá fornecer cópias do briefing de comunicação às agências, em reunião previamente convocada para aprofundamento das questões técnicas de conteúdo, de mídia e de outras afetas à concepção e formulação das propostas, bem como definição da dinâmica de apresentação, tais como: data, participantes, quantidade de propostas por agência, formatos, tempo, ordem de apresentação, os documentos e/ou dados complementares que deverão ser apresentados para subsidiar a avaliação das propostas, entre outros.

1.5.3.3. A reunião de que trata o item 1.5.3.2. deve ser convocada pelo Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social com antecedência mínima de três dias úteis da data marcada para a apresentação das propostas.

1.5.3.4. As propostas de solução criativa e/ou de mídia apresentadas pelas agências, acompanhadas de defesa oral, na data marcada serão juntadas aos autos pela Coordenação-Geral de Comunicação Social - CGCS, juntamente com a lista de presença e a memória da reunião.

1.5.3.5. A análise técnica das propostas das agências, apresentadas de forma conjunta ou isolada, será feita por uma Comissão de Avaliação, constituída especificamente para este fim.

i. Os membros da Comissão de Avaliação serão selecionados e indicados pelo Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social a cada Seleção Interna de Nível 3.

ii. A indicação dos membros da Comissão de Avaliação deverá constar em documento formal assinado pelo Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social nos autos do processo no SEI.

iii. É recomendável que conste na Comissão de Avaliação representantes da unidade demandante e de servidores com qualificação técnica adequada à matéria a ser avaliada, de acordo com a especificidade da demanda.

1.5.3.6. A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base nos atributos descritos a seguir, conforme as especificidades de cada briefing de comunicação:

a) Linha Criativa: ideia e tradução no conteúdo das peças aderente ao briefing de comunicação;

b) Planejamento de publicidade: materialização da linha criativa nos diversos formatos (banners, filme, mobiliário urbano etc.); adequação da linguagem aos públicos e meios títulos textos, slogans, hashtags;

c) Planejamento de mídia e não mídia: verificação se a estratégia proposta está adequada aos objetivos da ação.

1.5.3.7. Os trabalhos de apresentação serão coordenados pelo Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social.

1.5.3.8. A análise da Comissão de Avaliação será formalizada por meio de Formulário de Avaliação, assinado por seus membros, e juntada ao processo no SEI.

1.5.3.9. Caso as propostas sejam consideradas não-adequadas pela Comissão de Avaliação, o Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social solicitará às agências que apresentem nova proposta.

1.5.3.10. Considerando o princípio da equidade e com vistas a otimizar os resultados das ações de publicidade, a Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas e que a execução das mesmas seja compartilhada, com vistas a otimizar a sua execução.

1.5.3.11. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá, a qualquer momento, solicitar informações ou esclarecimentos aos representantes das agências.

1.5.3.12. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 3, diante de um dos seguintes casos:

a) que a ação publicitária seja proposta por iniciativa de uma das agências, ou pelas agências contratadas em ação conjunta, mediante documento escrito, de caráter não vinculativo, cuja viabilidade de execução, conveniência e possibilidade de efetividade tenham sido avaliadas e aprovadas pela Coordenação-Geral de Comunicação Social - CGCS.

b) que a ação publicitária com linha criativa seja proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Federal, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação e direitos conexos, conforme o caso; ou

c) que a agência tenha executado ação de publicidade similar, que poderá ser reaproveitada ou adaptada à ação de publicidade (linha criativa, peça(s) e/ou estratégia de mídias aprovada anteriormente em processo de Seleção Interna de Nível 3, mesmo que a ação não tenha sido desenvolvida.

1.5.3.13. Dada a dispensa do procedimento de seleção, e se conveniente e oportuno, o Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá decidir ainda pela proposição e execução compartilhada entre agência(s), considerando o princípio da equidade e com vistas a otimizar os resultados das ações de publicidade.

1.5.3.14. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social deverá, em despacho, indicar o(s) motivo(s) da dispensa e/ou a justificativa de escolha da agência.

1.5.4. Serão juntados aos autos todos os documentos previstos neste procedimento de seleção.

1.5.5. A critério do Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá ser realizada seleção antecipada, que consiste na realização do procedimento relativo à Seleção Interna Nível 3, com vistas à obtenção de propostas para ações de publicidade que ainda não possuem decisão administrativa para seu desenvolvimento.

1.5.6. O Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências nas Seleções Internas de Nível 1, 2 ou 3 sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, ou compartilhadas, com vistas a otimizar a sua execução.

1.5.7. Técnicos e especialistas do Ministério da Cidadania e de outros órgãos, públicos ou privados, poderão participar da apresentação das propostas.

1.5.8. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3 por comunicação formal do Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social.

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.