

PORTARIA Nº 063/2023/SECOM

O Sr. Adriano de Souza Moraes, no uso de suas atribuições e prerrogativas como Secretário Adjunto de Administração Sistêmica da Secom, que lhes são conferidas pelo Ato nº. 3860/2021, D.O.E. nº. 28042, de 15 de julho de 2021, e a Sra. Laice Souza Aiza de Oliveira, no uso de suas atribuições e prerrogativas como Secretária de Estado de Comunicação, que lhe são conferidas pelo Ato nº. 3860/2021, D.O.E. nº. 28042, de 15 de julho de 2021, ambos em observância ao disposto no § 4º do art. 2º da Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010,

Resolvem:

Art. 1º. Fica aprovado o procedimento de Seleção Interna das Agências de Publicidade constante do Anexo I, que disciplina, no âmbito deste órgão público, a seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de publicidade do Governo do Estado de Mato Grosso.

Art. 2º. A execução dos contratos de publicidade será realizada em função dos recursos estimados, conforme a metodologia adotada neste procedimento e em sintonia com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

Art. 3º. As disposições deste procedimento deverão ser observadas por todos os servidores deste Órgão, na prática dos atos por ele disciplinados, na execução dos contratos firmados com as Agências de Publicidade contratadas.

Art. 4º. Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º. Revogam-se as disposições em sentido contrário.

Adriano de Souza Moraes

Laice Souza Aiza de Oliveira

Secretário Adjunto de Administração Sistêmica Secretária de Estado de Comunicação

SECOM

SECOM

ANEXO I

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

1. Em cumprimento ao disposto no art. 2º, § 4º da Lei 12.232/2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pelo Secretaria de Estado de Comunicação do Estado de Mato Grosso para prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública de interesse deste órgão.

1.1. A seleção interna das agências contratadas será feita em função dos custos estimados para sua realização, de acordo com a metodologia adotada neste procedimento e em observância com os princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

2. Para os fins deste procedimento, considera-se:

I - Seleção Nível 1: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado em até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais);

II - Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência (s) para a execução de ação publicitária com custo estimado de R\$2.000.001,00 (dois milhões e um reais) até R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais);

III - Seleção Nível 3: o procedimento de seleção de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado superior a R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais).

3. A Seleção Nível 1 será feita pela Secretária Adjunta de Publicidade, mediante a aplicação de um dos critérios abaixo:

I. Escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);

II. Escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;

III. Reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência.

3.1. A Secretária Adjunta de Publicidade consignará no procedimento de seleção o critério em que se apoiou para sua decisão.

4. Seleção Nível 2 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 4.1 a 4.5.

4.1. A Secretária Adjunta de Publicidade solicitará às agências que apresentem, na data indicada, o desenvolvimento da Ideia Criativa, com base no briefing fornecido, a qual será avaliada pela Secretária Adjunta de Publicidade quanto à adequação da proposta ao briefing, à interpretação favorável ao conceito da campanha, e a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos.

4.2. As propostas apresentadas serão analisadas pela Secretária Adjunta de Publicidade, que indicará, em sua avaliação escrita, a proposta considerada adequada para atendimento da necessidade de comunicação, para posterior decisão da Secretária de Estado de Comunicação, quanto ao desenvolvimento da ação.

4.3. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretária de Estado de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.

4.4. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Secretária de Estado de Comunicação.

4.5. A Secretária Adjunta de Publicidade poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 2 nos casos de:

- a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
- b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 2;
- c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas.
- d) Ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Estadual ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação.

1. A Seleção Nível 3 será feita mediante aplicação dos procedimentos previstos nos subitens 5.1 a 5.11.

1.1. Será elaborado briefing de comunicação, assinado pela Secretária Adjunta de Publicidade, que constituirá o instrumento de convocação e conterá todos os subsídios para que as agências possam elaborar sua proposta de solução para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições de participação.

1.2. Será fornecida, mediante recibo, cópia do briefing de comunicação às agências, em reunião previamente convocada para repassar as informações necessárias à concepção e formulação das propostas, com definição da dinâmica de sua apresentação, tais como: participantes, quantidade de propostas por agência, forma, tempo e ordem de apresentação, bem como documentos e ou dados complementares para subsidiar a análise e avaliação das propostas.

1.3. A Secretária Adjunta de Publicidade designará data para que as agências apresentem suas propostas de solução criativa e/ou de mídia, as quais serão juntadas aos autos no formato A4.

1.4. A análise técnica das propostas das agências será feita por Comissão de Avaliação, que deverá ser composta pela Secretária Adjunta de Publicidade e por 01 (um) Assessor Especial da Unidade de Assessoria da Secom, podendo contar ainda com a participação de outros servidores dessa Secretaria ou de representantes do órgão ou entidade demandante, quando for o caso.

1.5. A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base nos critérios e respectivos atributos abaixo descritos, conforme as especificidades de cada briefing de comunicação:

- I. Planejamento de Publicidade: entendimento do briefing de comunicação, proposição estratégica e defesa técnica;
- II. Solução Criativa: adequação ao briefing de comunicação, originalidade, exequibilidade e defesa técnica;
- III. Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao briefing de comunicação, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica.

1.6. A Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de publicidade, ou compartilhadas, para viabilizar sua execução.

1.7. A análise da Comissão de Avaliação será formalizada por meio do formulário de Avaliação Técnica de Seleção Nível 3, que será assinado por seus integrantes e encaminhado a Secretária de Estado de Comunicação, com a indicação da(s) proposta(s) que atende(m) à(s) necessidade(s) de comunicação, para subsidiar sua decisão quanto à escolha da proposta mais adequada e, quando for o caso, à forma de participação das agências na execução da produção e ou da mídia, para posterior homologação da Secretária de Estado de Comunicação.

1.8. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, a Secretária de Estado de Comunicação determinará às agências que apresentem nova proposta.

1.9. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3 por comunicado formal da Secretária de Estado de Comunicação.

1.10. A Secretária Adjunta de Publicidade poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 3 nos casos de:

- a) Ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
- b) Reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção nível 3;
- c) Situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação, a exemplo das que possam causar prejuízo à segurança ou à saúde de pessoas;
- d) Ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo Estadual ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação.

2. Os membros da Comissão de Avaliação poderão, a qualquer momento, solicitar informações ou esclarecimentos aos representantes das agências

3. Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso das decisões.

Superintendência da Imprensa Oficial do Estado de Mato Grosso
Rua Júlio Domingos de Campos - Centro Político Administrativo | CEP 78050-970 | Cuiabá, MT

Código de autenticação: 20730d28

Consulte a autenticidade do código acima em https://homolog.iomat.mt.gov.br/legislacao/diario_oficial/consultar