

PORTARIA N° 9, DE 01 DE ABRIL DE 2019

O SECRETÁRIO DE ESTADO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL, no uso de suas atribuições legais e em observância ao disposto no § 4º do art. 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, resolve:

Art. 1º Fica aprovado o Procedimento de Seleção Interna das Agências de Propaganda, constante do Anexo I, que disciplina, no âmbito desta Secretaria, a seleção interna das agências contratadas para a execução das ações de publicidade governamental.

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 desta Secretaria, na prática dos atos por ele disciplinados na execução dos contratos firmados com as agências de propaganda contratadas por esta Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM).

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

Art. 5º Revogam-se as disposições contrárias.

WELIGTON MORAES

ANEXO I

PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO INTERNA DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1. Em cumprimento ao disposto no § 4º do art. 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, fica instituído procedimento de seleção interna entre as agências de propaganda contratadas pela Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM) para prestação de serviços de publicidade governamental e de utilidade pública de interesse dos órgãos da administração direta do Poder Executivo do Distrito Federal.

2. 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 aos princípios da economicidade, da eficiência e da razoabilidade.

2.1. De acordo com as necessidades de comunicação estabelecidas na demanda, a seleção interna terá como objetivo a avaliação de propostas de soluções publicitárias de linhas criativas e/ou de estratégias de comunicação/mídia.

3. O órgão ou entidade do Governo do Distrito Federal, interessado no desenvolvimento de ação de publicidade, encaminhará ao gabinete da SECOM demanda de comunicação, doravante referida simplesmente como demanda, para análise e decisão administrativa de acolhimento e desenvolvimento do Secretário de Comunicação do Distrito Federal.

3.1. A demanda originar-se-á, obrigatoriamente, pelos órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, conforme o disposto no [Decreto 39.610, de 1º de janeiro de 2019](#), ou por meio de proposta de ação de publicidade de iniciativa da(s) agência(s), a qual resultará em análise de conveniência e oportunidade, pela SECOM, para seu desenvolvimento.

3.2. A autorização para o desenvolvimento da demanda será realizada pelo Secretário de Comunicação que a encaminhará à Subsecretaria de Publicidade e Propaganda que tomará as providências necessárias à execução das ações de comunicação publicitária.

3.3. A estimativa de recursos financeiros destinada ao desenvolvimento da demanda será estabelecida considerando os objetivos de comunicação, o histórico de demandas similares e a disponibilidade de recursos orçamentários, sendo esta subsidiada pela Subsecretaria de Administração Geral (SUAG) da SECOM.

3.4. Verificada a existência de saldo orçamentário, a Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, por meio da Assessoria de Planejamento, Atendimento e Controle (ASPLAC), encaminhará às agências contratadas briefing elaborado para o desenvolvimento da demanda.

3.4.1. O briefing de comunicação será encaminhado às agências de propaganda e constituirá o instrumento de convocação que conterá as informações essenciais para subsidiar o processo de concepção criativa, em igualdade de condições.

3.4.2. A ASPLAC solicitará às agências que apresentem, na data indicada, as propostas de soluções publicitárias para atendimento da demanda/necessidade de comunicação.

3.5. Apresentada(s) a(s) proposta(s) de solução(ões) publicitária(s), caberá à Subsecretaria de Publicidade e Propaganda solicitar à SUAG emissão da nota de empenho, depois de elaborada a justificativa técnica que conterá a metodologia utilizada para seleção da(s) agência(s) responsável(is) pelo desenvolvimento da ação publicitária.

3.5.1. Quando, no decorrer do desenvolvimento da ação publicitária, for identificado que o valor inicialmente autorizado não é suficiente para o atendimento da necessidade de comunicação, será solicitado à SUAG complementação ao recurso anteriormente disponibilizado.

3.5.2. As ações publicitárias desenvolvidas pelo procedimento de seleção poderão ter o valor da demanda complementado, desde que a soma dos valores da ação não ultrapasse o limite estabelecido para a seleção interna definida para a demanda.

3.5.3. O estabelecimento do novo limite financeiro para desenvolvimento da demanda na contratação de produção e mídia será formalizado pelo Secretário de Comunicação do Distrito Federal, conforme cada caso.

4. A seleção da(s) agência(s) responsável(is) pelo desenvolvimento das ações de publicidade observará os critérios e metodologias previstos no item 5.

5. 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\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);

II - Seleção Nível 2: o procedimento de escolha de agência para a execução de ação publicitária com custo estimado de R\$ 1.000.000,01 (um milhão e um centavo) a 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\$ 3.000.000,01 (três milhões de reais e um centavo).

DA SELEÇÃO NÍVEL 1

5. A Seleção Nível 1 será feita pela Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação, por meio da aplicação de um dos critérios abaixo:

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

b) escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;

c) reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência.

5.1 A escolha do critério em que a decisão está apoiada será consignada nos autos do processo.

5.2 As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 1 por comunicado formal da Subsecretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.

5.3 Caso nenhuma das propostas seja aprovada, a Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação comunicará a decisão às agências e solicitará a apresentação de nova proposta de solução publicitária.

5.4 A Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 1 nos casos de:

- a) ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências contratadas;
- b) ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo do Distrito Federal ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação;
- c) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção Nível 1;
- d) 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.

5.4.1 A Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal deverá, em despacho, indicar o(s) motivo(s) da dispensa e/ou a justificativa de escolha da agência.

DA SELEÇÃO NÍVEL 2

6. A Seleção Nível 2 será feita pela Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação, mediante ratificação do Secretário de Estado de Comunicação do Distrito Federal, ou, na ausência deste, do Secretário Adjunto, por meio da aplicação de um dos critérios abaixo:

- a) escolha da agência que já executou ação publicitária similar, no âmbito do contrato (familiaridade da agência com o tema);
- b) escolha da agência que estiver em melhores condições para desenvolver a ação;
- c) reaproveitamento de linha criativa desenvolvida pela agência.

6.1 A escolha do critério em que a decisão está apoiada será consignada nos autos do processo.

6.2. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 2 por comunicado formal da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.

6.3. Caso nenhuma das propostas seja aprovada, a Subsecretaria de Publicidade e Propaganda da Secretaria de Estado de Comunicação comunicará a decisão às agências e solicitará a apresentação de nova proposta de solução publicitária.

6.4. O Secretário de Estado de Comunicação do Distrito Federal ou, na ausência deste, o Secretário Adjunto, 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) ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo do Distrito Federal ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação;
- c) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção Nível 2;
- d) 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.

6.4.1 O Secretário de Estado de Comunicação do Distrito Federal deverá, em despacho, indicar o(s) motivo(s) da dispensa e/ou a justificativa de escolha da agência.

DA SELEÇÃO NÍVEL 3

7. A Seleção Nível 3 será feita pelo Secretário de Estado de Comunicação do Distrito Federal ou, na ausência deste, pelo Secretário Adjunto, em conjunto com a Comissão de Avaliação indicada pela Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal.

7.1. A análise técnica das propostas das agências será feita pela Comissão de Avaliação com base nos critérios e respectivos atributos, abaixo descritos, conforme as especificidades de cada briefing:

- I - Planejamento de Publicidade: entendimento do briefing, proposição estratégica e defesa técnica;
- II - Solução Criativa: adequação ao briefing, originalidade, exequibilidade e defesa técnica;

III - Estratégia de Mídia e Não Mídia: adequação ao briefing, níveis de alcance, otimização de recursos e defesa técnica.

7.2. A escolha do critério em que a decisão está apoiada será consignada nos autos do processo.

7.3. 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.

7.4. A análise da Comissão de Avaliação será formalizada por meio de justificativa técnica para subsidiar sua decisão quanto à escolha da(s) proposta(s) de solução(ões) publicitária(s) mais adequada(s) e, quando for o caso, quanto à forma de participação das agências na execução da produção e/ou da mídia, para posterior homologação do Secretário de Estado de Comunicação do Distrito Federal e, na ausência deste, do Secretário Adjunto.

7.5. Poderão participar da apresentação das propostas, como convidados, técnicos da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal e de outros órgãos ou entidades do Poder Executivo do Distrito Federal.

7.6. Os trabalhos de apresentação serão coordenados pela Secretaria de Estado e Comunicação do Distrito Federal ou pela Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, mediante designação daquela.

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

7.8. A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base na exposição oral e nos elementos mencionados no subitem 7.1.

7.9. Se houver divergência entre a exposição oral e o documento representativo da exposição, este será considerado pela Comissão em sua análise.

7.10. Findo o procedimento de escolha da proposta mais adequada à necessidade de comunicação, a Secretaria de Estado de Comunicação poderá solicitar aperfeiçoamentos à sua autora com vistas à execução da produção e da mídia.

7.11 As agências, após a entrega do briefing, podem propor a realização da ação em conjunto devendo, para isso, solicitar autorização formal à Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal que avaliará as justificativas das agências e decidirá sobre a proposta.

7.12 Aceita a ideia, a proposta conjunta deverá ser apresentada, no prazo anteriormente fixado na comunicação do briefing; e ser submetida, no que couber, ao procedimento previsto para a Seleção de Nível 3.

7.13. As agências tomarão conhecimento do resultado da Seleção Nível 3 por comunicado formal da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal, por meio da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda.

7.14. Caso nenhuma das propostas seja aprovada, a Secretaria de Estado de Comunicação comunicará a decisão às agências e solicitará a apresentação de nova proposta de solução publicitária.

7.15. A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal poderá dispensar o procedimento de Seleção Nível 3 nos casos de:

a) ação publicitária que decorra de proposta de iniciativa de uma das agências;

b) ação publicitária com linha criativa proposta por iniciativa de órgão ou entidade integrante do Poder Executivo do Distrito Federal ou de terceiros, mediante doação dos direitos de autor sobre a criação;

c) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente em procedimento de Seleção Nível 3;

d) 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.

7.16. A Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal deverá, em despacho, indicar o(s) motivo(s) da dispensa e/ou a justificativa de escolha da agência.