

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Respostas aos pedidos de esclarecimentos recebidos entre os dias 02/12/2021 e 09/12/2021 sobre o edital da Concorrência Pública nº 001/2021, que tem por objeto a contratação de 5 (cinco) agências de propaganda para a prestação de serviços de publicidade, para atender a Administração Direta e Indireta do Poder Executivo Estadual, incluídas as Autarquias, Fundações, Empresas Públicas, Sociedades de Economia Mista e demais entidades vinculadas.

Pergunta n. 1:

“Referente a **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC** – no que diz respeito ao repertório o item 11.8.3 deixa claro que as peças publicitárias não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela SECC no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda.

Porém, no que diz respeito a **Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação** não existe este impeditivo. Sendo assim, é permitido apresentar cases aprovados pela SECC. Esta interpretação está correta?”

Resposta: Não. Tanto o material que constitui o Repertório, como os relatos referentes à Resolução de Problemas de Comunicação não podem se referir a trabalhos solicitados ou aprovados pela SECC, no âmbito de seus contratos com as agências de propaganda. O Edital será alterado e republicado para incluir expressamente tal vedação.

Pergunta n. 2:

“Sobre as respostas relativas à audiência pública (disponibilizadas no arquivo ‘perguntas_e_respostas_audiencia_publica_final_0.pdf’) divulgadas antes da publicação do Edital. Como algumas das respostas não foram complementadas no Edital publicado, elas podem ainda ser consideradas da forma como foram respondidas neste documento referente aos esclarecimentos audiência pública?

Por exemplo:

- Pergunta 01 – sobre a permissão do uso de assinatura eletrônica
- Pergunta 08 – sobre o uso de letras maiúsculas
- Pergunta 10 – sobre a impressão das peças da ideia criativa impressas em papel especial
- Pergunta 11 – sobre a numeração das páginas da ideia criativa”.

Resposta: Sim. Ainda que não tenham sido todas incorporadas expressamente no texto do edital, as suas cláusulas serão interpretadas de acordo com as respostas dadas aos questionamentos formulados tanto em face da audiência pública, como aos pedidos de esclarecimentos apresentados após a publicação do edital.

Pergunta n. 3:

“Uma das questões feitas também no arquivo ‘perguntas_e_respostas_audiencia_publica_final_0.pdf’, fala sobre a não inclusão de veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços. Como respondido e corrigido no edital, o item 11.3.4.3 da página 21 do Edital, o ‘subitem c)’ traz a informação: ‘c) não devem ser incluídos na estratégia de mídia veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços.’

A título de confirmação perguntamos:

- Desta forma entendemos que as mídias digitais que trabalham na modalidade de leilão (como Google e Facebook) e que não possuem tabelas fixas não podem ser consideradas no plano simulado de mídia a ser apresentado pelas licitantes?
- E com relação aos influenciadores e criadores de conteúdo, que também não possuem uma tabela, mas possuem negociações diferentes a cada ação, estes também não podem ser considerados no plano simulado de mídia a ser apresentado pelas licitantes?”

Resposta: Considerando a importância dessas novas e inovadoras ferramentas de comunicação publicitária, o edital será alterado e republicado para a alteração do subitem 11.3.4.3, esclarecendo-se que: “para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos. Para os fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação”.

Pergunta n. 4:

“Na página 19 do Edital, item 11.3.3.3, o subitem b3) traz a informação de que os exemplos de peças podem ser apresentados na forma de ‘story-board animado ou animatic, para TV e cinema’. Com o avanço da tecnologia de apresentação e edição de vídeo, entendemos que o termo ‘story-board animado’ pode assumir formatos diferentes. Para melhor entendimento, gostaríamos de perguntar se a composição de um ‘story-board animado’ se enquadra em qualquer uma destas situações:

- Utilização de fotos ‘de marcação’ com efeitos de animação, a título de demonstração das imagens que posteriormente poderão ser captadas.
- Da mesma forma, como os bancos de imagem disponibilizam frames de vídeos, estes também podem ser utilizados para ilustrar as imagens que posteriormente poderão ser captadas.
- Ilustração com animação, a título de demonstração das imagens que posteriormente poderão ser captadas.
- Da mesma forma, um Animatic pode ter as mesmas variações acima listadas?”

Resposta: Para os fins desta licitação, entende-se que *storyboard* é uma sequência de desenhos/ilustrações quadro a quadro com o esboço das diversas cenas pensadas para um conteúdo em vídeo, assemelhando-se esse esboço a uma

história em quadrinhos. E o *animatic* é considerado como sinônimo de *storyboard* animado, ou seja, nesse formato aliam-se às imagens/ilustrações do *storyboard*, nos termos antes definido, música, vozes, efeitos sonoros, em uma reprodução mais fiel possível do tempo de cada cena e suas dinâmicas. Assim, com o intuito de esclarecer esse quesito, será inserido no edital o subitem 11.3.3.3.6, com a seguinte redação: “Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas ilustrações, fotos e/ou imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens, locução ou outros efeitos sonoros, mas não podem ser inseridas imagens animadas ou em movimento”.

Pergunta n. 5:

“O ANEXO I – BRIEFING traz a informação que devemos contemplar ações internas junto aos funcionários públicos estaduais.

Pergunta:

- Existem canais diretos de comunicação do estado com estes funcionários que podem ser utilizados, como e-mail, SMS e whatsapp?”

Resposta: O canal de comunicação para as ações internas junto aos funcionários públicos estaduais é o e-mail.

Pergunta n. 6:

“Na página 21 do Edital, o item 11.3.4.3 e subitem a) traz a informação ‘os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação’.

Pergunta:

- O Aviso de Licitação é o que consta em Diário Oficial que foi o publicado em 28 de outubro de 2021 (intitulado como Aviso de Audiência Pública)?”

Resposta: Não. O aviso da licitação foi publicado no dia 01.12.2021, no Diário Oficial do Estado do Paraná edição nº 11066, Caderno Comércio, Indústria e Serviços. No entanto, considerando as modificações do edital que se farão necessárias, o aviso será republicado com a reabertura do prazo para a apresentação das propostas. O novo aviso da licitação, com a respectiva data de publicação e número do Diário Oficial, ficará disponível nesta página oficial, onde estão sendo divulgados todos os atos desta Concorrência (<https://www.comunicacao.pr.gov.br/Pagina/Concorrencia-Publica-0012021>).

Pergunta n. 7:

“Prezada Comissão de Licitação, poderiam por gentileza nos informar a partir de que data o invólucro da Concorrência Pública nº 001/2021/SECC poderá ser retirado?”

Resposta: Os invólucros estão disponíveis desde a data de publicação do aviso da licitação e podem ser retirados junto ao setor de Licitações, Contratos e Convênios, situado no Prédio do antigo Ginásio Paranaense e atual sede da Secretaria de Estado da Comunicação Social e da Cultura, Rua Ébano Pereira, 240, Centro, CEP, 80.410-240, Curitiba/PR, das 08h30 (oito horas e trinta minutos) às 12h00 (doze horas) e das 13h30 (treze horas e trinta minutos) às 18h00 (dezoito horas). Lembrando que conforme consta no item 9.1.1.4, “O invólucro padronizado para a

apresentação da proposta Técnica – Invólucro nº 1 será entregue à agência mediante solicitação por escrito, assinada por representante legal da empresa.”

Pergunta n. 8:

“No item 11.3.4.3 - alínea "b", o edital orienta ‘*devem ser desconsiderados os **custos internos** e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.*’, porém, no Anexo I - Briefing no tópico INVESTIMENTO E VEICULAÇÃO - a informação que consta é: o valor de investimento previsto para a **criação, planejamento**, produção e veiculação da campanha é referencialmente de R\$ 15 milhões de reais, devendo ser apresentado o planejamento orçamentário.

Pergunta: É correto entender que a informação que está no tópico ‘INVESTIMENTO E VEICULAÇÃO’ do Anexo I - Briefing está incorreta e os custos internos de criação e planejamento devem ser **desconsiderados** na campanha simulada? Devendo apenas ser apresentado no planejamento orçamentário somente o custo de veiculação e produção?”

Resposta: Prevalecem os termos do edital, ou seja, na campanha simulada o montante referencial de investimento destina-se à alocação dos custos de produção e veiculação. A contradição entre os termos do edital e do Anexo I – *Briefing* será corrigida quando da republicação do instrumento convocatório.

Pergunta n. 9:

“Em questionamento enviado pelas licitantes, a CPL esclareceu que não é possível seguir com veículos que atuem com o tipo de compra por leilão, visto que eles não apresentam tabelas de preço para compras de veiculação. Porém, existem veículos que apresentam tabela de preço e que realizam a compra de mídia desses veículos de leilão.

Pergunta: Nesse caso, é possível considerar na simulação do plano os veículos que apresentam tabela de preços e realizam a compra de veículos que atuam por leilão?”

Resposta: Conforme resposta à Pergunta n. 3, o edital será republicado, com a reformulação deste quesito para deixar claro que:

“a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso da Licitação;

b) para os veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação, a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos;

b.1) para os fins desta licitação, entende-se que a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação;

c) outros veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços e que não sejam considerados como formas inovadoras de comunicação não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação;

d) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.”

Pergunta n. 10:

“Não encontramos no edital informação que faz referência onde pode ser encontrado o Manual de Marca do Governo. Podemos considerar que o manual de marca a ser utilizado é o que está disponível no site <https://www.comunicacao.pr.gov.br/Pagina/Identidade-Visual-do-Governo-do-Parana?>”

Resposta: Sim. O Manual de Marca do Governo encontra-se disponível no portal eletrônico da SECC: <https://www.comunicacao.pr.gov.br/Pagina/Identidade-Visual-do-Governo-do-Parana>.

Pergunta n. 11:

“Na página 22, item 11.6, o ‘subitem b)’ pede para apresentar: ‘a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido – contendo, no mínimo, nome, formação e experiência – dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, peça por meio on-line, mídia e atendimento;’

Pergunta:

- O que seria a área de ‘peça por meio on-line’?”

Resposta: Entende-se que se trata de profissional que atua na área de criação de conteúdo online, mas o item terá sua redação retificada quando da republicação do edital.

Curitiba, 09 de dezembro de 2021.

Comissão Especial de Licitação/SECC