



Ministério da Saúde
Assessoria Especial de Comunicação Social

DESPACHO

ASCOM/MS

Brasília, 15 de julho de 2022.

À CGMAP,

Em atenção ao Despacho CGMAP (0028093527), que trata dos Pedidos de Esclarecimentos (0028083257, 0028083139), esta Ascom tem a esclarecer:

PEDIDO 6 (0028083257): *Com relação ao APÊNDICE III, Briefing, Item 8, sobre Verba Referencial, A licitante deverá apresentar orçamento do projeto, com base nos valores estabelecidos no Apêndice I do Projeto Básico, especificando os produtos e serviços previstos na estratégia proposta e suas respectivas quantidades . "Fica vedada, sob qualquer hipótese, a utilização de compra de mídia". Sobre o trecho em negrito, gostaríamos de saber se é possível utilizar o investimento da verba em campanhas de performance (Facebook Ads, Google Ads).*

Resposta: Campanhas de performance (Facebook Ads e Google Ads) são implementadas mediante compra de mídia. Por isso, não podem constar no projeto das proponentes.

PEDIDO 7 (0028083139): *A PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, CNPJ. 03.958.504/0001-07, após adquirir e analisar o edital da Licitação acima, declara-se PROPONENTE e tempestivamente solicita os seguintes esclarecimentos:*

1. Ao acessarmos o link que disponibiliza o material de orientação para a produção das peças da Solução de Comunicação Digital, recebemos uma resposta automática indicando que não tínhamos autorização para esse acesso. Assim, perguntamos: há alguma outra forma de termos acesso ao Manual de Marca (ou Manual de Identidade Visual) do Ministério da Saúde, ou às instruções de aplicação das marcas do Ministério da Saúde e Governo Federal? Caso esse acesso não seja possível, as concorrentes podem propor uma identidade visual para a campanha sem consulta ao manual?

Resposta: Tendo em vista o período eleitoral, as licitantes deverão utilizar o seguinte manual, disponibilizado pela Secretaria Especial de Comunicação Social - Ministério das Comunicações: <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/manuais>

2. Existe um manual específico de aplicação de cores e marcas para o programa de combate à dengue?

Resposta: Não.

3. Podemos utilizar fotos das ações realizadas pelo Ministério da Saúde que estão no Flickr para desenvolvimento das peças da campanha?

Resposta: Sim.

4. Observamos que não há minutagem determinada no detalhamento do item "Vídeo Reportagem". Tendo em vista que esse é um ponto importante para a determinação dos prazos, procedimentos, equipamentos, equipe envolvida na produção etc., o Ministério da Saúde tem uma minutagem de referência para esse produto, ou essa determinação fica a critério da empresa fornecedora do serviço?

Resposta: Nesse caso, a determinação da minutagem fica a critério da proponente.

5. No vídeo reportagem, sobre a exigência de usar trilha branca, está facultada ao concorrente a utilização de banco de trilhas?

Resposta: Sim, desde que não incidam sobre as trilhas custo de direito autoral.

6. Ao detalhar a complexidade do item 9.1, que trata da entrega de vídeos em formato de depoimento, entendemos que quando é falado “captação e produção”, está sendo indicado o prazo estabelecido para “captura e edição” das imagens, que seria uma pós-produção. Está correto?

Resposta: O termo “produção”, no contexto citado, compreende sim “edição”.



Documento assinado eletronicamente por **Victor de Melo Barbosa Leite, Coordenador(a) de Imprensa**, em 20/07/2022, às 11:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º, do art. 4º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#); e art. 8º, da [Portaria nº 900 de 31 de Março de 2017](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.saude.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0028105945** e o código CRC **96B206C9**.