Esclarecimento acerca dos investimentos em comunicação e publicidade por parte da Prefeitura Municipal de Itapema

A contratação de serviços de publicidade institucional é feita em conformidade com a legislação vigente, especialmente a Lei nº 12.232/2010, que estabelece normas gerais para licitações e contratações de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda. Essa lei específica complementa a Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos), aplicando-se de forma subsidiária quando necessário.

Tais serviços seguem processo licitatório na modalidade de Concorrência Pública, do tipo "melhor técnica" ou "técnica e preço", conforme previsto nos artigos 3º e 5º da Lei nº 12.232/2010. Esse procedimento visa garantir a seleção da proposta mais vantajosa para a administração, assegurando a impessoalidade e a eficiência na comunicação institucional.

Os investimentos em publicidade são necessários de modo a cumprir os requisitos básicos da Administração Pública, em comunicar-se de forma amplificada com a população do município. Tanto é que o Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina entende a prestação desse tipo de serviço como "de natureza continuada", conforme consta no prejulgado nº 1359.

A agência de propaganda licitada é responsável por planejar, criar, executar e distribuir as campanhas publicitárias, atuando como intermediária entre a administração pública e os veículos de comunicação. Conforme o artigo 2º da Lei nº 12.232/2010, os serviços de publicidade compreendem um conjunto de atividades realizadas de forma integrada, incluindo estudo, planejamento, conceituação, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, além da distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

Assim, a Prefeitura de Itapema possui um contrato vigente, nº 038/2024, realizado por meio da Concorrência nº 03.002.2023 e assinado em 10 de junho de 2024, que possibilita um investimento anual de R\$ 2,9 milhões (equivalente a cerca de 0,4% da receita corrente atual do Município). Esta é uma espécie de reserva de verba, sendo empenhada e utilizada conforme as demandas e necessidades do Poder Executivo Municipal. Todos os materiais executados para comunicação e divulgação do Município são orçados, pagos e deduzidos da verba anual licitada neste contrato, que está em anexo a esta resposta.

Por exemplo, os investimentos em outdoors, comerciais de televisão, spots de rádio, portais de notícias e jornais impressos são considerados investimentos em mídia, que equivalem à compra e/ou locação de espaço publicitário. Já a produção de impressos gráficos (panfletos, folders e afins), materiais de comunicação visual (banners, faixas, placas e afins), entre outros,

são considerados investimentos com fornecedores terceirizados, possibilitando a execução completa de uma campanha publicitária.

Isso porque, como é sabido por Vossa Excelência, é ilegal a contratação de serviços publicitários por meio de dispensa ou inexigibilidade de licitação. Vide art. 74, inciso III, da Lei nº 14.133/2021.

Também cabe frisar que, conforme a Lei nº 12.232/2010, não existe licitação exclusiva para contratar veículos de comunicação. Mas existe a necessidade de se contratar agência de propaganda para executar os serviços de comunicação e publicidade da administração pública, nas mídias que julgar necessárias, conforme critérios técnicos, para o devido alcance do público-alvo.

A escolha dos veículos de comunicação para veiculação das campanhas é realizada com base em critérios técnicos como alcance, público-alvo, relevância e custo-benefício. Essa seleção objetiva maximizar a efetividade das campanhas, garantindo que as informações atinjam o público desejado de maneira eficiente.

Por exemplo, uma campanha pode ter foco informativo para os moradores de Itapema ou, dependendo da temática e abordagem, ser ampliada para nível regional, estadual ou até nacional. Destaca-se, portanto, que os investimentos publicitários do Município têm se constituído naquilo que é de interesse público da comunidade, sempre respeitando o princípio da impessoalidade.

A atual gestão do Município, em claro compromisso com esses critérios técnicos, publicou a Instrução Normativa nº 001/2025 no Diário Oficial dos Municípios, edição nº 4738, publicada no dia 17/01/2025, exigindo a atualização documental dos veículos de mídia que forem prestar serviços à Prefeitura Municipal de Itapema. Para garantir transparência e regularidade, os veículos precisam apresentar certidões negativas, tabelas de preços atualizadas e demonstrativos de alcance e/ou audiência.

Além disso, uma das primeiras medidas adotadas na atual gestão foi a implementação de uma clipagem de notícias, que permite o monitoramento do impacto da comunicação institucional e o alcance dos veículos utilizados. Somado a isso, utilizamos outros critérios de avaliação, como audiência dos canais, métricas de engajamento nas redes sociais e relatórios de desempenho das campanhas. A análise contínua desses indicadores garante a efetividade da comunicação e o melhor uso dos recursos públicos.

Ademais, Itapema é uma cidade com grande potencial turístico e econômico. Divulgá-la em âmbitos local, estadual e regional também faz parte da comunicação institucional do

Município. Campanhas estratégicas de divulgação turística e de desenvolvimento socioeconômico também podem vir a ser realizadas de modo a incrementar o turismo e os investimentos na cidade.

Lembrando sempre que todas as despesas citadas – sejam impressos, campanhas de conscientização, materiais gráficos, mídia paga, produção de conteúdo ou qualquer outro serviço relacionado – saem do mesmo recurso: a verba destinada à publicidade institucional, contratada por meio de licitação. Ou seja, um banner sobre a dengue, um cartaz informativo ou uma campanha digital são todos custeados a partir do mesmo montante, garantindo o melhor aproveitamento dos recursos públicos.

Valores gastos pela Prefeitura de Itapema com publicidade institucional e contratos com veículos de imprensa no ano de 2024

Em 2024, a Prefeitura de Itapema tinha uma média de investimentos prevista para o primeiro semestre do ano eleitoral calculada em até R\$ 1.100.000,00 (com base na lei nº 9.504/97).

Do contrato nº 003/2019, foram investidos:

- Empenho nº 177/2024 - Prefeitura de Itapema/Gabinete: R\$ 729.797,57

E do contrato nº 4461/2024, foram investidos:

- Empenho nº 4461/2024 - Prefeitura de Itapema/Gabinete: R\$ 249.221,36

Após o período eleitoral, os investimentos realizados foram:

- Empenho nº 7349/2024 - Prefeitura de Itapema/Gabinete: R\$ 496.355,83

- Empenho nº 7476/2024 - Prefeitura de Itapema/Secretaria de Educação: R\$ 89.879,77

O montante total investido em publicidade institucional no ano de 2024, portanto, foi de R\$ 1.565.254,53.

Lista dos veículos de comunicação (jornais impressos, rádios, sites, redes sociais e outros meios) que receberam recursos públicos municipais

A Prefeitura de Itapema contrata os serviços de publicidade por meio da agência licitada, que é responsável pela veiculação das campanhas nos veículos de comunicação conforme critérios técnicos, como alcance, público-alvo e relevância da mídia.

Os extratos de anos anteriores, incluindo a lista de veículos que receberam recursos municipais em 2023 e 2024, estão anexos a este documento e também podem ser consultados no Portal da Transparência da Prefeitura de Itapema, onde todas as informações detalhadas sobre empenhos e pagamentos realizados estão disponíveis para acesso público.

Quais foram os critérios utilizados pela Prefeitura para a escolha dos veículos de comunicação contratados?

A distribuição da verba publicitária segue critérios técnicos que consideram a transparência, a eficácia da comunicação e o retorno sobre o investimento. Entre os principais critérios utilizados estão:

- Audiência e Alcance: São priorizados veículos de comunicação com maior audiência, garantindo que a mensagem chegue ao maior número possível de munícipes.
- Segmentação de Público: A escolha dos canais leva em conta o perfil do público-alvo de cada campanha, visando a comunicação eficiente.
- Abrangência Geográfica: Veículos que possuem ampla cobertura em Itapema e região são priorizados.
- Relevância e Credibilidade: A reputação dos veículos de comunicação é um fator fundamental na decisão.