

Prezados senhores,

Em atendimento à solicitação de informações sobre o contrato da Ômega Comunicação com a Prefeitura de Itapema, temos a declarar o que segue abaixo.

A Ômega Comunicação é uma agência contratada pelo Município por meio de processo licitatório, assim como é a responsável pelas contas de outros sete órgãos públicos do Estado de Santa Catarina. São 16 anos de atuação no mercado publicitário, sendo certificada - de forma ininterrupta - desde 2011 pelo CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

A Ômega Comunicação é, portanto, uma empresa agenciadora de publicidade.

Dessa forma, o contratante das mídias, no caso em questão, é a Prefeitura de Itapema, por intermédio da agência contratada. O ideal é que as dúvidas requeridas pelo Portal Lance sejam averiguadas com o próprio cliente anunciante.

Contudo, a fim de esclarecer os fatos, vamos ao detalhamento das informações:

Inicialmente, cumpre ressaltar que a verba anual de R\$ 2,9 milhões é o que está licitado, com contrato assinado em junho de 2024. Tal montante é um limite anual contratado, que pode ou não ser investido, de acordo com as demandas do Município de Itapema.

Esta verba de R\$ 2,9 milhões corresponde a cerca de 0,41% da receita estimada do Município de Itapema em 2025.

O entendimento do TCU (Tribunal de Contas da União), por exemplo, é de que Estados e Municípios não ultrapassem a destinação de 1% de suas receitas correntes líquidas com gastos em publicidade institucional.

Neste ano de 2025, algumas novas licitações para contratação de serviços publicitários já estão ocorrendo. Em Santa Catarina, a próxima concorrência que deve ocorrer é na cidade de Xanxerê (Nº do Edital: 0001/2025, com abertura agendada para o próximo dia 15 de maio), com verba anual de investimento em publicidade estipulada em R\$ 2,5 milhões/ano. Isso corresponde a mais de 1% da receita corrente daquele município em 2025, estimada em cerca de R\$ 249 milhões.

Vejamos que Itapema, com 0,41%, está bem abaixo deste limite de 1%.
Ao contrário do exemplo de Xanxerê.

Em termos comparativos, considerando a proporção orçamentária, o Município de Xanxerê - que está com processo licitatório aberto - investe cerca de 150% a mais do que o Município de Itapema em publicidade institucional.

Aliás, neste caso de Xanxerê, o portal Lance pode já ter conhecimento do montante que é investido anualmente, pois recebe mídias constantes daquele Município.

Outros exemplos recentes são a Prefeitura de Balneário Camboriú (que assinou contrato em abril de 2025 na ordem de R\$ 9,5 milhões/ano) e a Prefeitura de Chapecó (que abriu licitação em março deste ano na ordem de R\$ 10 milhões/ano).

Os investimentos em publicidade institucional são necessários para manter a população informada, principalmente na questão de campanhas educativas e funcionais, como prevenção da Dengue, divulgação de prazos de IPTU, Refis, eventos, entre outros.

Tudo respeitando os artigos 5º e 37 da Constituição Federal, em atendimento ao princípio da impessoalidade e da não-promoção pessoal de agentes políticos.

Sobre os critérios técnicos adotados para seleção de veículos, os mesmos são realizados com base na apresentação de propostas e da documentação comprobatória, além dos acessos aos anuários, pesquisas e informações de mídia que a agência dispõe em sua estrutura interna.

Todos os veículos que se apresentam ao cliente anunciante ou à agência têm sua documentação cadastrada. São analisados os cumprimentos legais, a abrangência em diferentes públicos e as tabelas de preços vigentes de cada veículo.

Os valores são definidos conforme disponibilidade orçamentária, mas ficam à mercê das tabelas de preços de cada veículo. Comumente, quase que na totalidade dos casos, a agência negocia com os veículos valores abaixo do que os que constam em tabela. Esta é a chamada negociação em favor do cliente anunciante, uma das obrigações da agência contratada.

Frisa-se, portanto, que todos os veículos que se apresentam são devidamente cadastrados. O princípio da isonomia é observado, de modo a contemplar o maior número de mídias e alcance do público-alvo pretendido.

Quanto ao tipo de mídia inserida em cada veículo, isso é o óbvio: comerciais em vídeo para emissoras de TV, spots gravados para emissoras de rádio, web banners para portais de notícias, cartazes para outdoors, anúncios impressos para jornais, e assim por diante.

Como o contrato atual foi assinado em junho de 2024 e o ano passado foi ano eleitoral (com restrição de períodos de divulgação), as campanhas veiculadas desde então são as seguintes: Combate à Dengue, Institucional Educação, Refis Itapema, Final de Ano Itapema, IPTU Itapema, Páscoa Itapema, Itapema Viva o Futuro e Itapema 63 Anos.

A Prefeitura de Itapema publicou no início deste ano, inclusive, uma Instrução Normativa que estabelece critérios e parâmetros para execução de mídias em diversos meios de comunicação.

A partir desta publicação, muitos veículos procuraram a agência para se cadastrar, outros atualizaram suas documentações e demonstrativos de alcance. As mídias são autorizadas a partir desta atualização documental de cada veículo.

O Portal Lance, por exemplo, nunca se apresentou à agência anteriormente. Talvez por não possuir interesse, ou - por ser um portal recente na cidade - ainda estar preparando sua apresentação técnica e documental.

Quanto às informações da Transparência, este é um assunto a ser tratado com o cliente anunciante. As informações são expostas no portal da Prefeitura de Itapema. Porém, em caso de ainda restarem dúvidas, as mesmas devem ser requeridas ao próprio cliente, pois a agência contratada não possui o controle administrativo do portal da transparência.

Permanecemos à disposição.

Atenciosamente,

Ômega Comunicação Ltda
Data: 28 de abril de 2025.