Ofício nº 333/2023 – CM

Garça, 03 de maio de 2023.

Requerimento nº	293/2023
Vereador:	Fabinho Polisinani
Assunto:	Solicita informações sobre contratação de empresa de publicidade.

Senhor Presidente,

Em atenção ao contido no expediente supra o Secretário Municipal de Comunicação e Eventos informou que, segue esclarecimento sobre a diferença entre Secretaria de Comunicação e Agência de Publicidade.

A SECOM - Secretaria Municipal de Comunicação e Eventos - é uma entidade governamental responsável por gerenciar a comunicação e a divulgação de informações relacionadas às atividades da Prefeitura. Entre suas funções está coordenar a comunicação interna e externa, criar estratégias de comunicação, gerenciar a imagem e reputação da administração municipal, divulgar ações e projetos do governo, lidar com a imprensa e os meios de comunicação, entre outras atividades relacionadas à comunicação governamental.

Uma agência de publicidade é uma empresa privada que oferece serviços de marketing e publicidade, incluindo a criação de campanhas publicitárias, estratégias de marketing, design gráfico, produção de conteúdo, compra de mídia, gerenciamento de redes sociais, entre outros.

Enquanto a agência de publicidade tem um objetivo de promover e desenvolver campanhas, a SECOM tem o objetivo de gerenciar a comunicação governamental e divulgar as ações e projetos do governo municipal.

As Agências de Publicidade e Propaganda atuam por ordem e conta de seus clientes anunciantes – pessoas jurídicas de direito privado e público – segundo o que dispõe o art. 3º da Lei nº 4.680/65, que tem regência sobre as atividades publicitárias que desenvolvem, tendo, em razão disso, compromissos de ordem legal e ética tanto no que fazem como no que exercitam em nome das empresas anunciantes que as contratam; Lei nº 4.680/65, art. 3º *A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, ... VETADO ..., e especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.* O art. 25 da Lei nº 8.666 transmite o entendimento de que serviços de publicidade e divulgação se constituíam em serviços de natureza singular, com profissionais ou empresas de notória especialização.

A Lei nº 12.232, em seu art. 1º, estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela Administração Pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados,

do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios. O art. 2º da Lei 12.232 considera como “serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral”. Essa disposição legal estabelece, portanto, que a agência de publicidade age, no mínimo, de três maneiras distintas na prestação de serviços de publicidade: a) concebendo, planejando e executando peças e campanhas publicitárias; b) intermediando a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade. Neste caso, agindo por conta e ordem do cliente (Administração Pública), cf. art. 3º da Lei nº 4.680; c) fazendo acompanhamento e orientação da comunicação institucional, com assessoria e gerenciamento permanente de comunicação e marketing da entidade pública. O parágrafo 1º do art. 2º supracitado, da Lei nº 12.232, ressalta que, como atividades complementares, a agência deverá intermediar a contratação de serviços especializados pertinentes, de planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios de divulgação, nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou os resultados das campanhas realizadas.

A agência de publicidade também deverá intermediar a contratação de fornecedores externos de produção de serviços especiais (gráfica, produtora de vídeo, produtora de áudio), acompanhando e orientando a execução técnica das peças e dos projetos publicitários por ela criados. Cabe ainda à agência a concepção e a execução, ou a intermediação na contratação de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. Exemplo desse tipo de serviço pode ser dado pela internet e suas diversas formas de desenvolvimento, seja através de sites na internet ou do uso das redes sociais (Facebook, Twitter, YouTube). A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, tal como disposto no artigo 37, parágrafo 1º da Constituição Federal. Os serviços de publicidade prestados à Administração Pública somente poderão ser feitos por intermédio de agências de propaganda e que tenham obtido o Certificado de Qualificação Técnica, fornecido pelo Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP, ou seja, a licitação é realizada para a contratação de agências de publicidade, onde essa agência é empresa que desempenhará as atividades que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. Trata-se de um conceito legal,

que, na prática, pode ser traduzido pela empresa que, a partir da apresentação pelo Poder Público de determinado problema de comunicação, cria a campanha publicitária, elabora o plano de mídia e promove a sua execução por meio de fornecedores externos, com vistas à sua divulgação por meio dos mais diversos veículos de comunicação, tais como TV, rádios e outros.

Em resumo: O Poder Público, só poderá fazer a veiculação de suas campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social, como por exemplo Campanhas de Vacinação, Dengue, IPTU, através de Agência de Publicidade. Para atividades como assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas a Prefeitura dispõe da estrutura da SECOM, o que é reforçado pela Lei nº 12.232/2010, Art. 2º, § 2º *Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas*.

Segue, em anexo, o contrato realizado por meio de licitação, conforme solicita a legislação vigente.

Atenciosamente,

JOAO CARLOS DOS SANTOS:06175977823

Assinado de forma digital por JOAO CARLOS DOS SANTOS:06175977823
Dados: 2023.05.11 09:18:02 -03'00'

JOÃO CARLOS DOS SANTOS
Prefeito Municipal

Exmo. Sr.
RODRIGO GUTIERRES
Câmara Municipal de Garça
NESTA