



**Estado de Sergipe
MUNICÍPIO DE JAPOATÃ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE**

JUSTIFICATIVA DE DISPENSA DE LICITAÇÃO Nº 01/2022

A questão posta ao crivo desta apreciação encontra-se sob os ditames da Lei 8.666/93, com as alterações promovidas pela Lei 8.883/94, EC nº 19 e 9.648, de 27/05/98, que regulamenta o artigo 37, inciso XXI da Constituição Federal, tendo a presente contratação a base legal no art. 24, inciso II, da Lei n.º 8.666/93.

Primeiramente, há que se instruir o processo administrativo, de sorte a enquadrá-lo nos termos do inciso II do art. 24 da lei 8.666/93, haja vista que o objeto da presente dispensa não ultrapassa o valor máximo permitido dentro do exercício financeiro.

Trata-se de dispensa de licitação na qual a Secretaria Municipal de Saúde pretende a contratação de empresa especializada para a assessoria de comunicação institucional e mídia social visando a organização de cobertura de eventos ligados á administração municipal; a produção de matérias para a imprensa, identificando para quais veículos o material está mais adequado, e assim promover uma divulgação estratégica; Atualização da página oficial do Município na Rede Social (Facebook/Instagram) com informações pertinentes das ações, eventos e serviços da Prefeitura; Agendamento e intermediação de entrevistas para a imprensa sobre assuntos relevantes da administração; Gerenciamento de crise, buscando facilitar o acesso da imprensa às informações claras e verdadeiras sobre cada situação gerada; Acompanhamento dos gestores municipais em reuniões de trabalho no município ou fora dele, desde que convocado;

Trata-se de objeto que pode ser contratado mediante dispensa de licitação, não somente pelo valor envolvido na contratação, por estar de acordo com o art. 24, II, da lei de Licitações, mas que, por outro lado, à vista do que fora decidido pelo **Tribunal de Contas da União, por meio da representação TC-001.467/2017-4**, as atividades listadas como assessoria de imprensa não estão de acordo com a definição de serviços de publicidade da Lei 12.232/2010, por não serem atividades de planejamento, criação e confecção de material com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. A ausência de tais atividades demonstra a ausência do caráter predominantemente intelectual das atividades, descabendo, assim, o procedimento exclusivo da Lei 12.232/2010.



**Estado de Sergipe
MUNICÍPIO DE JAPOATÃ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE**

A Lei 12.232/2010, que trata da contratação de serviços de publicidade, define os serviços de publicidade, bem como as atividades complementares que podem ser incluídas na contratação de serviços de publicidade, conforme descrito a seguir:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se 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.

Noutra senda, a própria Lei 12.232/2010 veda a contratação de assessoria de imprensa, objeto pretendido nesta dispensa de licitação, como serviço de publicidade conforme seu art. 2º, § 2º:

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 ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.**

Este é o entendimento do Tribunal de Contas da União, que por meio da representação **TC-001.467/2017-4** sedimentou o posicionamento jurídico de que os serviços de assessoria de imprensa não podem ser contratados por meio do procedimento da lei 12.232, mas sim pelos procedimentos comuns, respeitados os ditames da lei 8.666/93.



**Estado de Sergipe
MUNICÍPIO DE JAPOATÃ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE**

2. Além da vedação presente no art. 2º, § 2º da Lei 12.232/2010, a jurisprudência desta Corte de Contas é no sentido de não se enquadrar serviços de assessoria de imprensa como serviços de publicidade e tampouco podem ser licitados, de forma conjunta, com serviços de publicidade, conforme Acórdão 2062/2006-TCU-Plenário – Relator: Ministro Ubiratan Aguiar, o qual tratava dos chamados contratos guarda-chuva em serviços de publicidade:

9.1.5 assegure que os integrantes do Sicom realizem licitações independentes, sem a intermediação das agências de propaganda, para a contratação dos seguintes serviços:

9.1.5.1 assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção e patrocínio.

3. Desta forma, não se aplica aos serviços de assessoria de imprensa o art. 5º da Lei 12.232/2010, o qual dispõe que serviços de publicidade serão licitados por melhor técnica ou técnica e preço, pois não se enquadram na definição da lei e a própria lei veda sua inclusão.

Ainda segundo o entendimento do TCU, considera-se que os serviços de monitoramento de mídias sociais são classificados como serviços comuns, por possuírem padrões de qualidade que podem ser objetivamente definidos, devendo, portanto, serem licitados por meio de pregão eletrônico. No caso em análise o que leva a contratação por dispensa de licitação e não por meio de pregão é o valor que será desprendido.

Concluindo o exame da legislação aplicável ao caso, necessário trazer à análise o disposto no **§ 1º do art. 17 da Instrução Normativa nº 03 de 20 de abril de 2018 da Secretaria Geral da Presidência da República**, instrução pela qual disciplinou as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo federal, sedimentando ao final que os serviços de assessoria de comunicação não estão compreendidos como serviços de publicidade.



**Estado de Sergipe
MUNICÍPIO DE JAPOATÃ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE**

Art. 17

§ 1º É vedado incluir outros serviços não previstos neste artigo, em especial as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, **de assessoria de comunicação e de imprensa** e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

Ultrapassado o exame da legislação específica adotada ao caso concreto, qual seja, de pretensão de contratação de empresa especializada para a assessoria de comunicação institucional e mídia social visando, dentre outros aspectos, a organização de cobertura de eventos ligados à administração pública municipal e sua relação institucional com os órgãos de imprensa, fomentando de forma estruturada e organizada o diálogo institucional junto à população, sendo as redes sociais hoje em dia o principal instrumento de comunicação com o povo.

O avanço tecnológico instituiu uma nova mediação comunicativa: a das redes sociais. Produto direto do avanço da internet, as plataformas para redes sociais impõem um novo modelo de comunicação: **horizontal, em tempo real, interativo**, digital, de múltiplos fluxos. Um modelo em que o receptor, livre de intermediários tradicionais, tem papel ativo no retorno, propagação e crítica da mensagem recebida.

Esse novo modelo subverte as tradicionais relações de comunicação caracterizadas pela hierarquia receptiva, monopólio do emissor e linearidade de conteúdo - que caracterizam os meios de comunicação como rádio, TV e jornais. Entender e estar preparado para essa nova realidade é papel de empresas, governos e cidadãos, que precisam da comunicação para realizar suas tarefas e objetivos, notadamente em meio à premente e crescente necessidade de prestação de contas diária, à população, das atividades externadas pela administração pública que, por meio de seus agentes (teoria da imputação volitiva), representam diariamente o poder público em suas atividades.

O Município de Japoatã tem na *internet* seu principal canal de diálogo com a sociedade. Ademais, imperioso considerar que não há mão de obra especializada no âmbito da municipalidade, sendo extremamente necessário a contratação de empresa



Estado de Sergipe
MUNICÍPIO DE JAPOATÃ
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE


especializada na prestação de assessoria de comunicação e monitoramento de mídias sociais, uma vez que esta secretária pretende assumir o protagonismo digital que lhe impõe a própria sociedade, com o destacamento diário das atividades.

O trabalho da contratada deve estar alinhado e subordinado aos objetivos estratégicos da Secretária. No foco principal deve estar a divulgação das atividades institucionais, com ênfase no apoio às ações de educação e informação, formando o punhado de notícias de "utilidade pública", além de defesa dos interesses da sociedade no que se refere à oferta dos serviços ofertados a população.

O principal objetivo da contratação diz respeito ao aprimoramento da comunicação institucional e atender a toda a demanda do ecossistema digital da municipalidade, a qual tem sido afetada pela inclusão de novos serviços, novas mídias e pela modernização de interfaces, não desprezando, por óbvio, a inexistência nos quadros da prefeitura de mão de obra especializada apta a prestar tais serviços.

*Portanto, segue ao processo administrativo de dispensa de licitação a presente **JUSTIFICATIVA**, pelas razões de fato e de direito que se incorporam ao patrimônio relevante da necessidade de contratação de empresa especializada visando a prestação de serviços de assessoria de comunicação e mídia social, tendo por norte atender as demandas do município conforme amplamente descrito no TR – Termo de Referência, que acompanha referido processo.*

Japoatã/SE, em 28 de Dezembro de 2021.


Maria Jairlene Cardoso
Secretária Adjunta

APROVO

Werner Gomes Siqueira
Secretário Municipal de Saúde