



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

Origem: Secretaria de Estado da Administração / Secretaria de Estado da Comunicação Institucional

Natureza: Licitação – Concorrência – Primeiro Termo Aditivo

Responsáveis: Livânia Maria da Silva Farias (Ex-Secretária)

Luís Inácio Rodrigues Tôrres (Ex-Secretário)

Interessado(a)s: Danielly Brilhante de Moura (Ex-Gerente de Administração/Licitação)

Francisco Xavier Monteiro da Franca (Procurador)

Paulo Márcio Soares Madruga (Procurador)

MÁXIMA Três Comunicação Ltda (Representante - Amanda Cavalcante Madruga)

MART PET Comunicação Ltda (Representante - Carlos Diego Curvêlo Campos)

TAKES Produção e Publicidade EPP (Representante - Mirian da Silva Ribeiro)

ANTARES Publicidade Ltda (Representante - Expedito de Carvalho Júnior)

Advogado: Daniel Sampaio de Azevedo (OAB PB 13500)

Relator: Conselheiro André Carlo Torres Pontes

**PRIMEIRO TERMO ADITIVO. LICITAÇÃO E CONTRATO.** Governo do Estado. Secretaria de Estado da Administração. Secretaria de Estado da Comunicação Institucional. Concorrência 001/2016. Contrato 010/2016. Serviços de publicidade e propaganda. Primeiro Termo Aditivo. Regularidade com ressalvas. Determinação para que o Segundo, Terceiro e Quarto Termos Aditivos sejam objeto de análise no âmbito dos Processos de Prestação de Contas. Recomendação. Arquivamento.

**ACÓRDÃO AC2 – TC 00185/21**

**RELATÓRIO**

Cuida-se de análise do **Primeiro Termo Aditivo** ao Contrato 010/2016, decorrente do processo licitatório Concorrência 001/2016, firmado através da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional, subscrito pelo Senhor LUIS INÁCIO RODRIGUES TÔRRES, na condição de representante do Estado da Paraíba, objetivando a prorrogação da contratação de 4 (quatro) agências de publicidade, para: (1) a realização de estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como distribuição de publicidade institucional, com intuito de atender a necessidade de divulgação dos provimentos oficiais do Estado da Paraíba; (2) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento relativos à execução do contrato; (3) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens em conformidade com as novas tecnologias; e (4) produção e execução técnica de peças e/ou material criadas pela contratada.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

Na ocasião, sagraram-se vencedoras do certame as agências MÁXIMA TRÊS COMUNICAÇÃO LTDA - EPP (CNPJ 01.757.448/0001-17), MART PET COMUNICAÇÃO LTDA - EPP (CNPJ 01.141.495/0004-84), TAKES PRODUÇÃO E PUBLICIDADE LTDA - EPP (CNPJ 35.486.075/0001-09) e ANTARES PUBLICIDADE LTDA - EPP (CNPJ 12.682.977/0001-15). Foi firmado contrato único com as vencedoras (Contrato 010/2016 – fls. 432/454), no **valor total estimado de R\$35.000.000,00**, com vigência de 12 meses a partir da data de assinatura (27/12/2016).

O Primeiro Termo Aditivo (fls. 771/773) foi firmado em 22/12/2017 e objetivou prorrogar o prazo até 27/12/2018 e o valor contratado.

Em Sessão realizada no dia 26/02/2019, a Segunda Câmara deste Tribunal, ao julgar o procedimento licitatório Concorrência 001/2016 e o Contrato 010/2016 dele decorrente, emitiu o Acórdão AC2 - TC 00328/19, no qual decidiu pela regularidade com ressalvas do procedimento licitatório e do contrato decorrente, com determinação à Auditoria para a análise do aditivo contratual realizado (fls. 816/822).

A Unidade Técnica, ao analisar o Primeiro Termo Aditivo (fls. 766/803), elaborou relatório (fls. 951/959), no qual concluiu pela ocorrência das seguintes máculas: I) Ausência de demonstração de vantajosidade econômica da prorrogação contratual; II) Ausência de justificativa técnica para a prorrogação contratual; III) Ausência de demonstração da natureza contínua dos serviços prestados; IV) Ausência da realização do procedimento de seleção interna entre as contratadas para execução do objeto; e V) Ausência de fidedignidade das informações relativas às despesas executadas com os serviços de publicidade.

Em atenção ao contraditório e à ampla defesa, os responsáveis foram citados, bem como as empresas participantes e seus signatários, facultando-lhes oportunidade para se manifestarem sobre os aspectos suscitados pela Auditoria.

Seguidamente, foram prestados esclarecimentos por meio dos Documentos TC 40333/20 (fls. 1026/1053), 41052/20 (fls. 1056/1058), 41677/20 (fls. 1061/1071), 41678/20 (fls. 1074/1084), 41680/20 (1087/1097) e 41783/20 (fls. 1100/1128).

Depois de examiná-los, a Auditoria confeccionou novel relatório (fls. 1135/1181), concluindo pela permanência das seguintes constatações:



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

- 1) Ausência de demonstração de vantajosidade econômica da prorrogação contratual;
- 2) Ausência de justificativa técnica para a prorrogação contratual;
- 3) Ausência de demonstração da natureza contínua dos serviços prestados;
- 4) Ausência da realização do procedimento de seleção interna entre as contratadas para execução do objeto;
- 5) Ausência de fidedignidade das informações relativas às despesas executadas com os serviços de publicidade.

Instado a se pronunciar, o Ministério Público de Contas, em parecer de lavra do Procurador Manoel Antônio dos Santos Neto (fls. 1184/1188), assim pugnou:

**DIANTE DE TODO O EXPOSTO, este Ministério Público de Contas OPINA:**

1. **PELA IRREGULARIDADE DO TERMO ADITIVO MENCIONADO NOS AUTOS**, com aplicação de multa aos responsáveis nos termos do art. 56, II, da Lei Orgânica deste Tribunal;
2. **PELA EXPEDIÇÃO DE RECOMENDAÇÕES** ao atual Secretário de Comunicação do Estado para que se abstenha de celebrar contratos de publicidade e propaganda eivados por falhas semelhantes às apontadas pela Auditoria neste feito, devendo, ainda, ser observado todo o regramento legal em torno da matéria;
3. **EXTRAÇÃO E REMESSA DE CÓPIAS DOS AUTOS AO MINISTÉRIO PÚBLICO COMUM** para os devidos fins de direito.

Na sequência, o julgamento foi agendado para a presente sessão, com as intimações de estilo.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

**VOTO DO RELATOR**

No presente momento processual, a análise recai tão somente sobre a confecção do **Primeiro Termo Aditivo** ao Contrato 010/2016, decorrente da Concorrência 001/2016 (registro na CGE 1602604-7), posto que tanto o procedimento licitatório quanto o instrumento contratual foram considerados regulares com ressalvas por esta egrégia Câmara, conforme consta do Acórdão AC2 - TC 00328/19 (fls. 816/822), com a seguinte parte dispositiva:

**DECISÃO DA 2ª CÂMARA DO TCE/PB**

*Vistos, relatados e discutidos os autos do **Processo 00502/17**, sobre a análise da licitação, na modalidade Concorrência 001/2016, realizada pela Secretaria de Estado da Administração, sob a responsabilidade da Sra. LIVÂNIA MARIA DA SILVA FARIAS, e do Contrato 010/2016, celebrado através da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional, subscrito pelo Sr. LUIS INÁCIO RODRIGUES TÔRRES, na condição de representantes do Estado da Paraíba, objetivando a contratação de 4 (quatro) agências de publicidade, para: (1) a realização de estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como distribuição de publicidade institucional, com intuito de atender a necessidade de divulgação dos provimentos oficiais do Estado da Paraíba; (2) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento relativos à execução do contrato; (3) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens em conformidade com as novas tecnologias; e (4) produção e execução técnica de peças e/ou material criadas pela contratada, **ACORDAM** os membros da 2ª CÂMARA do Tribunal de Contas do Estado da Paraíba (2ªCAM/TCE-PB), à unanimidade, nesta data, conforme voto do Relator, em:*

- 1) JULGAR REGULARES COM RESSALVAS** a concorrência 001/2016 e o contrato 010/2016 dela decorrente;
- 2) RECOMENDAR** a realização de pesquisa de mercado nos próximos certames; e
- 3) ENCAMINHAR** o processo à Auditoria, para fins de análise dos aditivos contratuais anexados.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

O Primeiro Termo Aditivo teve por finalidade a prorrogação do prazo por mais 12 (doze) meses e do valor contratual, conforme consta nas seguintes cláusulas:

### CLÁUSULA PRIMEIRA

Fica alterado o item 2.1 do Contrato nº 10/2016 por força do presente aditivo e nos termos do contrato inicial, sendo a contratação das agências de publicidade prorrogada pelo prazo de 12 meses, cuja vigência estará compreendida no período de 27 de dezembro de 2017 a 27 de dezembro de 2018.

### CLÁUSULA SEGUNDA

Fica alterado o item 3.1 referente ao Valor do contrato nº 010/2016, nos seguintes termos:

3.1 - O valor do presente aditivo para investimentos com publicidade e propaganda, durante a sua vigência é estimado em R\$ 35.000.000,00 (trinta e cinco milhões de reais), perfazendo um valor contratual total estimado em R\$ 70.000.000,00 (setenta milhões de reais), e destina-se à execução de todos os contratos formalizados com as agências de publicidade para a prestação dos serviços constantes da cláusula primeira.

3.1.1 - A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade do valor previsto no caput desta cláusula.

Ao consultar o Portal da Transparência do Governo do Estado da Paraíba (<https://transparencia.pb.gov.br/compras/contratos>), consta a informação da realização de mais 03 (três Termos Aditivos), todos com o mesmo teor do primeiro, qual seja, a prorrogação do prazo e do valor, vejamos:





|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------|----------------|----------------|
| Nº CONVÊNIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ORÇÃO CONTRATANTE                                 |                                                                                  |            |               | SITUAÇÃO       |                |
| 0010/2018                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL |                                                                                  |            |               | EM VIGÊNCIA    |                |
| MUNICÍPIO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                   | CONTRATADO                                                                       |            |               |                |                |
| JOÃO PESSOA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                   | AGENCIAS MÁXIMA 3 COM. LTDA, MARTPET COM. LTDA, TAKES PROD. E ANTARES PUBLICIDAD |            |               |                |                |
| OBJETO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| SERVIÇO DE PROPAGANDA, PUBLICIDADE E MARKETING                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| COMPLEMENTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| O PRESENTE CONTRATO TEM POR OBJETO A CONTRATAÇÃO, ATRAVÉS DE LICITAÇÃO, NA MODALIDADE "CONCORRÊNCIA PÚBLICA", TIPO "MELHOR TÉCNICA A CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO CONTINUADO DE 4 (QUATRO) AGENCIAS DE PUBLICIDADE PARA: A) A REALIZAÇÃO DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA SEM COMO DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, COM O INTUITO DE ATENDER A NECESSIDADE DE DIVULGAÇÃO DOS PROVIMENTOS OFICIAIS DO ESTADO DA PARAÍBA. B) PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E DE OUTROS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E DE GERAÇÃO DE CONHECIMENTO RELATIVOS À EXECUÇÃO DO CONTRATO. C) CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DESTINADAS A EXPANDIR OS EFEITOS DAS MENSAGENS EM CONFORMIDADE COM AS NOVAS TECNOLOGIAS. D) PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICO DE PEÇAS E/OU MATERIAL CRIADAS PELA CONTRATADA. |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| CELEBRAÇÃO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | PUBLICADO                                         | INÍCIO                                                                           | TÉRMINO    | VALOR ORIG.   | ADITIVO \$     | TOTAL          |
| 27/12/2016                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 30/12/2016                                        | 27/12/2016                                                                       | 27/12/2021 | 35.000.000,00 | 140.000.000,00 | 175.000.000,00 |
| ADITIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| Motivo Aditivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                   |                                                                                  |            | Aditivo       | Data Início    | Data Término   |
| ALTERAR VALOR E VIGÊNCIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |                                                                                  |            |               | 27/12/2017     | 27/12/2018     |
| PRORROGAÇÃO DE PRAZO E VALOR                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| ALTERAR VALOR E VIGÊNCIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |                                                                                  |            |               | 27/12/2018     | 27/12/2019     |
| O PRESENTE ADITIVO TEM POR OBJETO A CONTRATAÇÃO ATRAVÉS DE LICITAÇÃO NA MODALIDADE CONCORRÊNCIA PÚBLICA, TIPO MELHOR TÉCNICA A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO CONTINUADO DE 04 (QUATRO) AGENCIAS DE PUBLICIDADE PARA: A) REALIZAÇÃO DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA SEM COMO DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, COM O INTUITO DE ATENDER NECESSIDADE DE DIVULGAÇÃO DOS PROVIMENTOS OFICIAIS DO ESTADO DA PARAÍBA. B) PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E DE OUTROS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E DE GERAÇÃO DE CONHECIMENTO RELATIVOS A EXECUÇÃO DO CONTRATO; C) CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DESTINADAS A EXPANDIR OS EFEITOS DAS MENSALIDADES EM CONFORMIDADE COM AS NOVAS TECNOLOGIAS; D) PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICA DE PEÇAS E/OU MATERIAL CRIADAS PELA CONTRATADA.       |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| ALTERAR VALOR E VIGÊNCIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |                                                                                  |            |               | 27/12/2019     | 27/12/2020     |
| CONTRATAÇÃO, ATRAVÉS DE LICITAÇÃO, NA MODALIDADE "CONCORRÊNCIA PÚBLICA", TIPO "MELHOR TÉCNICA A CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO CONTINUADO DE 4 (QUATRO) AGENCIAS DE PUBLICIDADE PARA: A) A REALIZAÇÃO DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA SEM COMO DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, COM O INTUITO DE ATENDER A NECESSIDADE DE DIVULGAÇÃO DOS PROVIMENTOS OFICIAIS DO ESTADO DA PARAÍBA. B) PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E DE OUTROS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E DE GERAÇÃO DE CONHECIMENTO RELATIVOS À EXECUÇÃO DO CONTRATO. C) CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DESTINADAS A EXPANDIR OS EFEITOS DAS MENSAGENS EM CONFORMIDADE COM AS NOVAS TECNOLOGIAS. D) PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICO DE PEÇAS E/OU MATERIAL CRIADAS PELA CONTRATADA.                                      |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| ALTERAR VALOR E VIGÊNCIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                   |                                                                                  |            |               | 27/12/2020     | 27/12/2021     |
| AGENCIAS MÁXIMA 3 COM. LTDA, MARTPET COM. LTDA, TAKES PROD. E ANTARES PUBLICIDAD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |
| O PRESENTE CONTRATO TEM POR OBJETO A CONTRATAÇÃO, ATRAVÉS DE LICITAÇÃO, NA MODALIDADE "CONCORRÊNCIA PÚBLICA", TIPO "MELHOR TÉCNICA A CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO CONTINUADO DE 4 (QUATRO) AGENCIAS DE PUBLICIDADE PARA: A) A REALIZAÇÃO DE ESTUDO, PLANEJAMENTO, CONCEITUAÇÃO, CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO, EXECUÇÃO INTERNA, INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA SEM COMO DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, COM O INTUITO DE ATENDER A NECESSIDADE DE DIVULGAÇÃO DOS PROVIMENTOS OFICIAIS DO ESTADO DA PARAÍBA. B) PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE PESQUISAS E DE OUTROS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E DE GERAÇÃO DE CONHECIMENTO RELATIVOS À EXECUÇÃO DO CONTRATO. C) CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA DESTINADAS A EXPANDIR OS EFEITOS DAS MENSAGENS EM CONFORMIDADE COM AS NOVAS TECNOLOGIAS. D) PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICO DE PEÇAS E/OU MATERIAL CRIADAS PELA CONTRATADA. |                                                   |                                                                                  |            |               |                |                |



**TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO**  
**2ª CÂMARA**

*PROCESSO TC 00502/17*

Ainda consultado o Portal da Transparência do Governo do Estado e o Sistema SAGRES, verifica-se que, até o final do exercício de 2020, foram apresentados os seguintes gastos relacionados ao Contrato 010/2016 e suas alterações:

Secretaria de Estado da Comunicação Institucional  
Concorrência 01/2016 (Melhor Técnica)  
Contrato 010/2016

| Exercício    | Antares Publicidade Ltda<br>(CNPJ 12.682.977/0001-15) |                      | Máxima Tres Comunicação Ltda<br>(CNPJ 01.757.448/0001-17) |                      | TAKES Produção e Publicidade<br>Ltda (CNPJ 35.486.075/0001-09) |                      | MART PET Comunicação Ltda<br>(CNPJ 01.141.495/0001-31) |                      | Total                   |                      | Contrato<br>R\$35.000.000,00 |               |
|--------------|-------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|------------------------------|---------------|
|              | Portal<br>Transparência                               | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência                                   | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência                                        | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência                                | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência | SAGRES<br>Pago       | %                            | %             |
| 2017         | 7.493.825,16                                          | 7.329.030,95         | 6.450.776,59                                              | 6.375.353,99         | 5.855.653,08                                                   | 5.261.281,21         | 4.032.863,17                                           | 3.817.633,72         | 23.833.118,00           | 22.783.299,87        | 68,09%                       | 65,10%        |
| 2018         | 9.455.297,05                                          | 7.314.403,86         | 3.884.013,09                                              | 2.242.147,98         | 4.029.212,78                                                   | 2.576.756,37         | 4.126.181,91                                           | 2.466.719,85         | 21.494.704,83           | 14.600.028,06        | 61,41%                       | 41,71%        |
| 2019         | 7.623.062,59                                          | 7.736.240,84         | 9.097.268,10                                              | 8.968.889,85         | 4.159.957,84                                                   | 4.159.957,84         | 5.724.402,96                                           | 5.724.402,96         | 26.604.691,49           | 26.589.491,49        | 76,01%                       | 75,97%        |
| 2020         | 4.943.209,91                                          | 6.627.348,85         | 4.305.897,35                                              | 7.029.487,01         | 3.493.990,23                                                   | 5.185.840,11         | 2.394.498,09                                           | 4.661.728,47         | 15.137.595,58           | 23.504.404,44        | 43,25%                       | 67,16%        |
| <b>Total</b> | <b>29.515.394,71</b>                                  | <b>29.007.024,50</b> | <b>23.737.955,13</b>                                      | <b>24.615.878,83</b> | <b>17.538.813,93</b>                                           | <b>17.183.835,53</b> | <b>16.277.946,13</b>                                   | <b>16.670.485,00</b> | <b>87.070.109,90</b>    | <b>87.477.223,86</b> | <b>62,19%</b>                | <b>62,48%</b> |

1. <https://transparencia.pb.gov.br/dados-especificos/publicidade-institucional>

2. SAGRES

Feitas essas breves explicações, passa-se à análise das máculas apontadas pela Unidade Técnica.

**Ausência de demonstração de vantajosidade econômica e ausência de justificativa técnica para a prorrogação contratual.**

A Unidade Técnica (fls. 953/955) entendeu que o Gestor deixou de demonstrar a vantajosidade econômica e a justificativa técnica para a prorrogação do contrato, eis a análise:

*“O documento enviado junto às fls. 776-783 não é capaz de demonstrar a vantajosidade econômica da prorrogação contratual, tendo em vista que se limita a declarar que “essa Diretoria de Marketing atesta que os serviços prestados pelas quatro agências licitadas cumpriram todas as exigências de trabalho com qualidade e pontualidade, alcançado com sucesso os objetivos e demandas, em coerência com os briefings propostos, no que concerne aos aspectos técnicos de comunicação social, propaganda e marketing institucional”. Vale lembrar que este mesmo briefing foi considerado insuficiente pela auditoria em relatório inicial (fls. 510-514) haja vista ausência de elementos essenciais. Além disso, o próprio parecer técnico da Secretaria de Administração (fls. 379) destacou que o Briefing apresenta graves e profundas invalidades. Assim, consideramos que este documento não é hábil para aferição dos serviços prestados.*



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

***Tendo em vista que nenhuma pesquisa de preços foi efetuada e nenhuma outra medida foi apresentada para que se configurasse a vantajosidade para a administração, consideramos o 1º Termo Aditivo ao Contrato 010/2016 irregular neste ponto.”***

E complementou com relação à justificativa técnica:

*“A exemplo do item anterior, não foi apresentada nenhuma justificativa técnica para a prorrogação contratual. O documento enviado junto às fls. 790-794 apresenta termos subjetivos como “justifica-se pela vantajosidade do excelente serviço prestado pelas agências através deste contrato.” Não foi apresentada nenhuma discriminação dos serviços prestados por cada um dos contratados durante o período de vigência inicial do contrato. Não há também nenhuma avaliação objetiva dos serviços prestados. Não foi apresentada sequer relação dos serviços prestados pelas contratadas, de forma individual e pormenorizada. Não há, ainda, parecer exarado pelos fiscais do contrato, atestando de forma clara e objetiva a qualidade e quantidade dos serviços prestados. A prestação de contas é prerrogativa do controle social e não pode se resumir a afirmações subjetivas sem a efetiva comprovação, através de números, relatórios e análises dos serviços pagos e prestados. Diante do exposto, consideramos que não há justificativa técnica para a prorrogação do contrato 010/2016.”*

Os responsáveis alegaram, em suma, que:

*- para a contratação de serviços de publicidade e propaganda segue legislação própria, a Lei nº 12.232/2010, com aplicação subsidiária da Lei nº 8.666/1993;*

*- a licitação ocorreu na modalidade Concorrência, do tipo “melhor técnica”, ou seja, o critério de avaliação foi estabelecido com base na técnica, na expertise das licitantes e não no critério menor preço. O preço veio num segundo momento, após a classificação daquelas licitantes que melhor apresentaram suas propostas técnicas, tudo isto com base em critérios objetivos e definidos no Edital da Concorrência;*

*- a proposta de preços estaria vinculada à Tabela do SINAPRO/PB e às regras do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, bem como foi estabelecido que a proposta de menor preço seria aquela que apresentasse o menor percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não gerasse à Agência o direito ao desconto padrão (as formas de remuneração estão dispostas no Edital e no Contrato, e abrangem honorários e o desconto padrão);*





TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

*- as propostas técnicas são analisadas por Comissão Técnica constituída por profissionais da área (com e sem vínculo com a Administração), detentores dos conhecimentos mínimos exigidos para analisar os documentos formulados a partir do briefing, anexo obrigatório em licitações para contratação de serviços de publicidade e propaganda.*

*- a proposta de preços é analisada tendo como parâmetro o preço máximo que a Administração se propõe a pagar e que no caso em estudo, são aqueles estabelecidos na Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba – SINAPRO/PB e nas normas padrão do CENP;*

*- no caso de serviços publicitários, esses preços são referenciados pelas chamadas NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA (itens 3.5 a 3.6.1 e 3.6.2) e servem, inclusive, para evitar a proposição e a exigência de preços vis, ínfimos e abaixo dos praticados no mercado (cf. parágrafo 3º do art. 44 da Lei 8.666/1993), de modo a impedir a inexecutabilidade do contrato administrativo;*

*- a licitação em tela, por exemplo, adotou a Tabela do SINAPRO/PB como referência de preços e como parâmetro para apresentação de descontos e percentuais de honorário, e a normatização do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão (vide Cláusula Oitava do Contrato nº 0010/2016);*

*- a remuneração das agências de publicidade, no caso presente, foi estabelecida pelo edital (item 13, Anexo 4 e 11 – fls. 12/40) e pelo contrato (Cláusula 10ª e Cláusula Vigésima), e tem como referência a tabela vigente do SINAPRO/PB1 e das Normas padrão do Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP);*

*- na hipótese de a vigência do contrato ser estendida nos termos do inciso II do art. 57, II, da Lei 8.666/1993 (conforme prevê o item 2.1 da Cláusula Segunda, fls. 407), os preços praticados, vencedores do certame, só serão reajustados na hipótese de reajuste da tabela vigente do SINAPRO/PB;*

*- quando da realização do aditivo, a Gerência de Licitação editou ato jurídico (fls. 783) certificador de que “os preços praticados pelas Empresas de Publicidade estão dentro da realidade do mercado, pois, (sic) são tabeladas pela Tabela da Sinapro 2016 [...], sendo vantajoso para a Administração Pública”;*

*- Prestigiam, sobretudo, parâmetros do mercado local, mediante a adoção do tabelamento de preços do SINAPRO/PB, como evidencia a Cláusula Vigésima do Contrato de nº 010/2016 – corretamente aplicado pela Gerência de Licitação às fls. 783. De sorte que, as afirmações da auditoria devem ser rejeitadas.*



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

A Unidade Técnica (fls. 1148/1155) não acatou os argumentos apresentados, pois entendeu que:

*“... a vantajosidade que deve ser comprovada não se resume à perspectiva econômica. Ocorre que não houve, por parte do jurisdicionado, nenhum documento ou análise pormenorizada de natureza comprobatória da vantajosidade para a prorrogação dos serviços.*

*Em relação ao documento assinado pela Diretoria de Marketing (fls. 776-783), em nenhum momento a Auditoria negou a sua veracidade. O fato é que, apenas “atestar” a qualidade dos serviços é insuficiente para legitimação do instrumento aditivo. A comprovação deve ser feita de forma objetiva, comparativa e robusta, para que não paire nenhuma dúvida sobre a configuração da vantajosidade. De acordo com a matriz de riscos definida na Resolução Administrativa N° 10/2016, o risco desta despesa, aqui analisada, é alto. Ora, se o risco é alto, não é razoável a utilização de subjetividades quando da comprovação da legitimidade no dispêndio de recursos públicos. A comprovação deve ser transparente, objetiva e suficiente.”*

E noutro ponto entendeu que:

*“A simples alegação de que os preços praticados estão dentro da realidade do mercado não é capaz de comprovar a regularidade dos valores contratados. Ora, se a pesquisa de preços é “despicienda”, conforme colocado pela defesa, por que teria valor o ato jurídico editado pela Gerência de Licitação certificando que “os preços estão sendo praticados dentro da realidade do mercado?” A simples afirmação sem a respectiva comprovação de que existe vantajosidade não é condizente com dispêndios em contratações de alto risco, pois trata-se de recursos públicos que exigem o devido zelo e transparência na sua aplicação.*

*Destacamos novamente que não há nenhum questionamento sobre o documento enviado junto às fls. 776-783. O que se observa é que não há nenhum elemento fático comprobatório e objetivo de que, de fato, os serviços foram prestados de forma satisfatória. Afinal, qual seria o parâmetro utilizado? Não houve nenhuma indicação neste sentido. A magnitude dos recursos públicos dispendidos neste contrato requer proporcional transparência, objetividade e que nenhuma dúvida paire sobre a adequação às normas estabelecidas pelo legislador, representante do povo detentor dos recursos aplicados pela autoridade administrativa.*



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

*A defesa alega ainda que a contratação adotou parâmetros de preço de mercado sem, contudo, apresentar qualquer pesquisa de preços, que, segundo o próprio defendente, seria inócua.*

*Pela ausência de parâmetros objetivos, comprovação inequívoca das alegações, alto risco da contratação aqui analisada e falta de qualquer elemento caracterizador da vantajosidade.”*

O Ministério Público de Contas (fls. 1185/1186) concordou com a Unidade Técnica, afirmando que *“o prolongamento de contratos de serviços de execução contínua está condicionado à previsão no edital da respectiva licitação e no respectivo instrumento; à demonstração da permanente necessidade do serviço; à previsão no plano plurianual e na lei orçamentária anual e à **justificação preliminar da efetiva vantagem da prorrogação para a Administração Pública (motivação exposta em procedimento administrativo prévio)**”*.

A licitação, nos termos constitucionais e legais, tem dupla finalidade: tanto é procedimento administrativo tendente a conceder à pública administração melhores condições (de técnica e de preço) nos contratos que celebrar, quanto e precipuamente se revela como instituto de concretude do regime democrático, pois visa, também, facultar à sociedade a oportunidade de participar dos negócios públicos. Por ser um procedimento que só garante a eficiência na Administração, visto que sempre objetiva as propostas mais vantajosas, a licitação, quando não realizada ou realizada em desacordo com a norma jurídica, longe de configurar mera informalidade, constitui séria ameaça aos princípios administrativos da legalidade, impessoalidade e moralidade, além de profundo desacato ao regime democrático, pois retira de boa parcela da atividade econômica a faculdade de negociar com a pública administração.

No caso dos autos, a licitação levada a efeito pelo Governo do Estado teve por objetivo a contratação de agências de publicidade, para a realização de estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de publicidade institucional, com intuito de atender a necessidade de divulgação dos provimentos oficiais, dentre outras finalidades específicas.

Na análise do Primeiro Termo Aditivo, os técnicos da desta Corte de Contas consignaram que não foi apresentada documentação que demonstrasse a vantajosidade para a prorrogação do contrato.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

Primeiramente, convém esclarecer que a Unidade Técnica, novamente, questionou o *briefing* apresentado no edital do certame, entretanto, este tema já fora objeto de análise e pronunciamento no voto do Acórdão AC2 - TC 00328/19:

*“... tal documento consiste no elemento a partir de qual agência de publicidade e propaganda interessada em participar do certame irá elaborar campanha publicitária ficcional, destinada a demonstrar sua capacidade técnica e artística, possibilitando ao órgão licitante avaliar o aspecto técnico envolvido da licitação. Esse documento, pois, substitui o projeto básico, servindo para o desenvolvimento de uma campanha publicitária ficcional que servirá de parâmetro de avaliação técnica”.*

(...).

*“Apesar de não haver necessidade de conter projeto básico, o edital deve trazer um briefing, contendo de forma clara, precisa e objetiva, as informações suficientes para que os interessados elaborem suas propostas, conforme disposto no art. 6º, II, da Lei 12.2132/2010”.*

Sobre a questão do projeto básico, o Ministério Público de Contas, em seu parecer à fl. 721 assim analisou a matéria:

*“É válido concluir, outrossim, que a Lei 12.232/2010 não desobrigou a administração de realizar a pesquisa mercadológica. O enunciado do art. 6º da referida legislação apenas previu a desnecessidade de inserção no edital do projeto básico e do orçamento detalhado em planilhas, mas não a confecção desses atos em si, a fim de perfazer a verificação de prática de preços compatíveis aos de mercado.”*

Portanto, não há motivo para perpetuar a discussão.

Quanto ao mais, nos termos do art. 57, II, da Lei Federal 8.666/1993, a possibilidade de prorrogação dos contratos relativos à prestação de serviços executados de forma contínua está limitada a sessenta meses, salvo exceção prevista no seu §4º, senão vejamos:

*Art. 57. A duração dos contratos regidos por esta Lei ficará adstrita à vigência dos respectivos créditos orçamentários, exceto quanto aos relativos:*



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

*II - à prestação de serviços a serem executados de forma contínua, que poderão ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitada a sessenta meses;*

Nesse sentido, dispõe a cláusula segunda do contrato sob comento quanto à possibilidade de prorrogação de seu prazo de vigência, com fulcro no inciso II do art. 57 da Lei 8.666/1993, nos seguintes termos:

**CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA**

2.1 - A vigência deste contrato é de **12 (doze)** meses, a partir da data de sua assinatura, podendo, por interesse da Administração, ser prorrogado por períodos iguais e sucessivos, limitada a sua duração a 60 (sessenta) meses, nos termos do art. 57, II, da Lei 8666/93.

2.2 - Toda prorrogação de prazo será justificada por escrito e previamente autorizada pelo CONTRATANTE.

2.3 - Para decidir sobre a prorrogação do contrato, o CONTRATANTE levará em consideração, principalmente, a qualidade dos serviços prestados.

Observa-se que o Primeiro Termo Aditivo ao Contrato 010/2016 alterou o prazo contratual e permaneceu com o mesmo **valor estimado** de despesas no montante de R\$35.000.000,00, não sendo observado reajustes ou acréscimos de valores.

**CLÁUSULA PRIMEIRA**

Fica alterado o item 2.1 do Contrato nº 10/2016 por força do presente aditivo e nos termos do contrato inicial, sendo a contratação das agências de publicidade prorrogada pelo prazo de 12 meses, cuja vigência estará compreendida no período de 27 de dezembro de 2017 a 27 de dezembro de 2018.





TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

## CLÁUSULA SEGUNDA

Fica alterado o item 3.1 referente ao Valor do contrato nº 010/2016, nos seguintes termos:

3.1 - O valor do presente aditivo para investimentos com publicidade e propaganda, durante a sua vigência é estimado em R\$ 35.000.000,00 (trinta e cinco milhões de reais), perfazendo um valor contratual total estimado em R\$ 70.000.000,00 (setenta milhões de reais), e destina-se à execução de todos os contratos formalizados com as agências de publicidade para a prestação dos serviços constantes da cláusula primeira.

3.1.1 - A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade do valor previsto no caput desta cláusula.

Na documentação encaminhada juntamente com o Primeiro Termo Aditivo constam a **justificativa técnica para prorrogar o contrato** com as empresas contratadas, datada de 20/10/2017 (fls. 790/792), bem como a **justificativa técnica de “PREÇO”**, emitida em 05/12/2017, para o aditamento ao contrato 010/2016 (fls. 793/794). Vejamos:



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17



SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Gerência de Administração

**JUSTIFICATIVA TÉCNICA PARA 1º ADITAMENTO AO CONTRATO  
010/2016- AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE- MÁXIMA TRÊS COMUNICAÇÃO  
LTDA; ANTARES COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA; TAKES  
PRODUÇÃO E PUBLICIDADE LTDA E MART PET COMUNICAÇÃO LTDA**

A renovação, que demandará do presente processo, justifica-se em função da SECOM ser a responsável pela comunicação do Governo do Estado, coordenando um sistema que interliga as assessorias das secretarias, das empresas públicas e das demais entidades do Poder Executivo Estadual. Ela garante o fluxo de informações de interesse público, como direitos e serviços, e também projetos e políticas de governo sendo o órgão coordenador das ações de comunicação governamental. Fazendo com que obedeçam a critérios de sobriedade e transparência, eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, além de supervisionar a adequação das mensagens aos públicos.

A Comunicação Publicitária do Governo do Estado se baseia em: institucional, informativa (educativa e de serviço público) e prestação de conta. As demandas de comunicação passam prioritariamente pelos âmbitos da administração pública, educação, saúde, segurança, ação social, turismo e governança. Essa comunicação será sempre direcionada a toda a população ativa do estado, sempre analisando os perfis de públicos e as melhores formas de atingi-los com a mensagem necessária para cumprir um objetivo determinado de comunicação.

O Governo do Estado, através da SECOM, trabalha na perspectiva da Comunicação Integrada, atuando em diversas frentes: jornalismo, imprensa, comunicação interna, publicidade, mídias digitais, produção audiovisual, entre outras. Busca, assim, atingir a todos os seus públicos, por meio de veículos de comunicação diversos.

A Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências, estabelece em seu art. 2º, §3º:

"Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação”.

Observando o permissivo legal, bem como sua condicionante, cumpre esclarecer a necessidade de contratação de agências de publicidade para a prestação de serviços de publicidade e divulgação dos programas, ações e campanhas institucionais do Governo do Estado da Paraíba conforme condições e especificações estabelecidas no Edital e seus anexos.

Os serviços compreendem 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, de competência da Secretaria do Estado da Comunicação Institucional - SECOM, aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

No caso em questão verifica-se em primeiro momento e, por óbvio, o mais relevante, a necessidade de ininterrupção dos serviços de comunicação com a população, seja para informar as ações do governo estadual, prestando-lhe contas, seja para promover campanhas de conscientização, educação, saúde, segurança etc. Neste contexto, o risco de se ter apenas uma agência contratada não deve ser suportado pela população.

Ademais, é importante frisar a complexidade e diversidade de modos de atuação, tais como mídia impressa, eletrônica, radiofônica, televisiva entre outras, bem como a variedade de temas a ser trabalhado. Sendo assim, observando que o serviço público deverá ser prestado com a máxima eficiência, é de ser adotada, por meio de uma seleção interna (anexo ao edital) a escolha da agência mais adequada, dentre as contratadas, para desenvolver aquela respectiva Ação de Comunicação.

O 1º aditamento ao Contrato JUSTIFICATIVA TÉCNICA PARA 1º ADITAMENTO AO CONTRATO 010/2016- AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE- MÁXIMA TRÊS COMUNICAÇÃO LTDA; ANTARES COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA; TAKES PRODUÇÃO E PUBLICIDADE LTDA E MART PET COMUNICAÇÃO LTDA, advindo do Processo de licitação presencial, através do contrato da Central de Compras nº 29.000.000001.2016, Concorrência Pública, tipo “melhor técnica”, justifica-se pela vantajosidade do excelente serviço prestado pelas agências através deste contrato, uma vez que o aditamento é um processo menos moroso do que um processo licitatório comum, observando que a nossa Secretaria tem necessidade na continuidade deste serviço de publicidade para com a divulgação das ações do Governo no Estado à população.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

**JUSTIFICATIVA TÉCNICA “DE PREÇO” PARA O 1º ADITAMENTO  
AO CONTRATO 010/2016- AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE –  
MÁXIMA TRÊS COMUNICAÇÃO LTDA, ANTARES  
COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, TAKES PRODUÇÃO E  
PUBLICIDADE LTDA E MART PET COMUNICAÇÃO LTDA**

Atendendo ao despacho lavrado pelo Dr. Francisco Xavier Monteiro da Franca, Procurador do Estado da Paraíba, nos autos do Processo 092/2017 (2017000043387-PGE-F), para fins de instrução processual, justifico o que se segue:

- 1) O instrumento contratual em comento, que ora se requisita a realização de termo aditivo de prazo, teve origem em uma Concorrência, modalidade “melhor técnica”, na forma prevista pela Lei 8.666/93 e Lei 12.232/10;
- 2) Apesar da modalidade ser “melhor técnica”, no certame há a exigência de apresentação de proposta comercial de preço, com aplicação de regras e índices mínimos previstos em edital;
- 3) Inclusive, a modalidade “melhor técnica” é mais vantajosa à Edilidade do que “técnica e preço”, por permitir, na fase da abertura dos envelopes das propostas comerciais, uma negociação, onde a Administração alcança a melhor técnica com o melhor preço;
- 4) Para as licitações envolvendo publicidade institucional, é utilizada, como referência para o quesito preços, a Tabela de Custos Internos da SINAPRO – Sindicato das Agências de Publicidade de cada estado;
- 5) A aplicação dela permite horizontalizar os custos dos serviços previstos no contrato, que flutuará dentro das margens previstas na referida tabela, de acordo com os descontos e percentuais negociados na ocasião da licitação, extensivo por toda a duração do contrato;
- 6) Desta forma, é garantido que não haverá prejuízos em relação aos valores praticados, uma vez que as exigências do edital, transferidas para o contrato, após as negociações de preço, garantem uma ampla vantajosidade comercial, conseguida exclusivamente através de negociação específica;
- 7) Uma vez que a realização do Termo Aditivo pretendido neste processo é apenas de prazo, e uma vez que a licitação já garantiu uma ampla vantajosidade comercial pelos serviços contratados, através de concessão de importantes descontos sobre a Tabela-base, conclui-se que é perfeitamente justificável dilatar o prazo do contrato, mantendo as demais cláusulas inalteradas.

Por estas razões, justifica-se a contratação de mais 12 (doze) meses das agências de publicidade, atendendo às exigências de praxe.

A prorrogação contratual pode ser realizada desde que expressamente prevista no instrumento convocatório e no contrato, e desde que haja demonstração clara e objetiva no que diz respeito aos preços praticados no mercado local, para imbuir subsídios suficientes a uma possível renegociação de preços, descontos, honorários e comissões, com vistas a obter maior vantajosidade para a administração no decorrer da execução do contrato.





TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

Conforme consta nos autos (fl. 783), o responsável informou, através da Gerente de Administração/Licitação, Senhora DANIELLY BRILHANTE DE MOURA, que os preços praticados pelas empresas, para efeito de prorrogação, **seguiriam a tabela do SINAPRO** – Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba, **referente ao exercício de 2016**, utilizada no processo licitatório. Portanto, o preço de referência, para aplicação dos percentuais da remuneração, segue uma tabela definida pela entidade de classe.

Por sua vez, a cláusula oitava do Contrato 010/2016, referente à remuneração pelos serviços prestados, permaneceu, portanto, com os seguintes termos:

**CLÁUSULA OITAVA – DA REMUNERAÇÃO**

8.1 - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma, conforme a negociação realizada na ocasião da sessão nº 3 da concorrência nº 001/2016, conforme previsto no instrumento convocatório:

- a) Desconto de 30% (trinta por cento) sobre os custos dos serviços executados pela contratada, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado da Paraíba;
- b) Os honorários de 10% (dez por cento) incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei 4.680 de 1965;
- c) Os honorários de 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- d) Os honorários de 10% (dez por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.
- e) Os demais serviços serão remunerados conforme a normatização do Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP.





TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

É de se registrar, ainda, que, no julgamento da Prestação de Contas do Exercício do exercício de 2018 (Processo TC 05302/19), advinda da Secretaria de Estado de Comunicação Institucional – SECOM, o Tribunal Pleno, por meio do Acórdão APL - TC 00012/2021, item 2, decidiu em:

2. **DETERMINAR** a restituição aos cofres públicos da quantia de **R\$ 2.214.006,30 (41.129,60 UFR/PB)** pelo ex-gestor, Sr. **LUÍS INÁCIO RODRIGUES TORRES**, sendo **R\$ 1.020.720,00** por despesas não comprovadas, **R\$ 1.026.386,30** por gastos insuficientemente comprovados, ante a ausência das respectivas AP – Autorizações de Pagamento (R\$ 605.908,79) e não comprovação dos serviços efetivamente prestados (R\$ 420.477,57), **R\$ 58.300,00** por pagamento a maior ao credor Elly Som Ltda e **R\$ 108.600,00** por pagamento indevido ao credor Elly Som Ltda, **no prazo de 60 (sessenta) dias;**

Dentre os valores imputados, estão computadas despesas com veiculação publicitária não comprovadas e que se referem ao Contrato 010/2016, no montante de R\$420.477,57, sendo R\$284.944,00 junto ao credor MÁXIMA TRÊS COMUNICAÇÃO LTDA e R\$135.533,57 referentes ao credor ANTARES PUBLICIDADE LTDA, conforme quadros demonstrativos às fls. 27312/27314 do referido processo:

- b) quanto à segunda irregularidade do presente item 3, referente a *não apresentação de quaisquer documentos que comprovem a veiculação das campanhas publicitárias, através de relatórios de auditoria externa, conforme estabelece o Contrato n.º 10/2016, celebrado entre a SECOM e as Agências de Publicidade (fls. 27.308)*, o gestor se desvencilhou de uma parte do valor da pecha inicialmente noticiada (R\$ 56.207,20), remanescendo, ainda, como sem comprovação a quantia agora indicada, qual seja, **R\$ 420.477,57, devendo ser restituída aos cofres públicos pelo gestor responsável.**

Como se pode observar, as despesas estão vinculadas ao presente aditivo ora em análise, mas a imputação do débito decorreu da ausência de comprovação de serviços e não de preços praticados sem justificativa, pois a Unidade Técnica não apontou a ocorrência de sobrepreço nos serviços prestados.

Nesse sentido, consta, nos autos, a documentação vindicada pela Unidade Técnica, qual seja: a **justificativa técnica para prorrogar os contratos** com as empresas contratadas (fls. 790/792); e a **justificativa técnica de “PREÇO”** (fls. 793/794), esta última, sem alteração dos valores contratados ou reajustes de preços e remunerações.

No entanto, cabe expedir recomendação no sentido da Secretaria de Estado da Comunicação aprimorar a informação, nos moldes delineados pela Auditoria.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

**Ausência de demonstração da natureza contínua dos serviços prestado.**

A Unidade Técnica também indicou como irregularidade no aditivo contratual, a ausência da demonstração da natureza contínua dos serviços:

*“Tendo em vista que a prorrogação contratual se deu com base no art. 57, II da Lei 8.666/1993, que dispõe sobre a prestação de serviços a serem executados de forma contínua, esta Auditoria entende ser necessária uma análise pormenorizada, por parte do contratante, relativa à natureza contínua dos serviços prestados. O Tribunal de Contas da União, por ocasião do ACÓRDÃO 1499/2006 -PLENÁRIO, entendeu que o enquadramento dos serviços de publicidade e propaganda como serviço de natureza contínua deve ser analisado para cada caso concreto:*

*A par do exposto, entendo que o enquadramento dos serviços de publicidade e propaganda, em face de sua vastidão, como serviço de natureza contínua deva ser analisado para cada caso concreto e não como uma determinação de caráter genérico e amplo. (ACÓRDÃO 1499/2006 -PLENÁRIO)*

*Tendo em vista que nenhuma análise neste sentido foi apresentada, esta Auditoria considera que o 1º Termo Aditivo ao Contrato 010/2016 irregular neste ponto.”*

A defesa alegou que os serviços contratados se enquadravam dentro das possibilidades de natureza contínua dos serviços e estavam em conformidade com o art. 57, II da Lei de Licitações, e com a Lei 12.232/2010 (fls. 1160/1169).

A Unidade Técnica não acatou os argumentos apresentados sob o seguinte fundamento:

*“Em que pese a defesa reproduzir jurisprudências e trechos doutrinários, nada pode superar a questão fática. É dizer: quais seriam os prejuízos, de forma concreta e objetiva, de não se enquadrar os serviços contratados como continuados? Qual serviço não teria sido prestado no caso da não celebração do termo aditivo? Conforme já destacado em item anterior, não houve sequer justificativa técnica para a celebração do termo aditivo. Assim, sem o suporte fático dos serviços prestados (uma vez que não foram discriminados nos autos deste processo), como configurar os serviços prestados como de natureza contínua? Pela ausência de elementos caracterizadores da natureza contínua do objeto e, considerando que esta análise deve ser feita em cada caso, concluímos que permanece a irregularidade.”*



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

O Ministério Público, por sua vez, discordou do entendimento da Unidade Técnica. Eis o pronunciamento (fl. 1187):

*“Sobre a ausência de demonstração da natureza contínua dos serviços prestados este Parquet se posiciona pelo afastamento da eiva, especialmente diante dos conflituosos posicionamentos doutrinários e jurisprudenciais, ora admitindo, ora não, a inserção dos contratos de publicidade e propaganda como passíveis de serem insertos no art. 57, inciso II, da Lei Geral de Licitações e Contratos.”*

A publicidade oficial dos órgãos públicos, em regra, é destinada à divulgação de atos de natureza administrativa, bem como a campanhas de caráter educativo, de saúde pública e de orientação social, direcionada à população em geral. Outrossim, o princípio constitucional da publicidade dos atos e da atuação da administração pública é de suma importância para o cidadão.

No caso dos autos, como bem ponderou a douta Procuradoria, a discussão acerca do enquadramento em serviços contínuos ou de natureza contínua relacionados à publicidade e propaganda oficial carece de análise pormenorizada do caso específico. Assim, em harmonia com o Ministério Público de Contas, é de se afastar a mácula.

**Ausência da realização do procedimento de seleção interna entre as contratadas para execução do objeto.**

A Unidade Técnica indicou a ausência de comprovação de que ocorreram as seleções internas, conforme dispõe art. 2º, § 4º, da Lei Federal 12.232/2010.

Em sua defesa, o gestor alegou, em síntese, que *“o procedimento de seleção interna ocorre após a celebração do contrato, em uma fase posterior, com o fim de escolher a melhor proposta entre as apresentadas pelas contratadas, para realização de demandas e ações que irão surgindo e sendo executadas durante o andamento do contrato de publicidade”*. Alegou, ainda, ter encaminhado a documentação referente ao aditivo contratual nos moldes definidos pelo art. 9º da Resolução Normativa RN - TC 09/2016. Por fim, informou que a Secretaria de Estado de Comunicação Institucional realiza procedimento interno de seleção e possui equipe de avaliação, fato comprovado nas Prestações de Contas da Secretaria.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

A Unidade Técnica (fls. 1175/1176) não acatou os argumentos apresentados pois entendeu que: *“a defesa em nenhum momento afirma que a irregularidade não é procedente e que houve, de fato, a seleção interna conforme os preceitos da lei. Assim, não há nenhum elemento que contradiga a irregularidade apontada inicialmente, concluímos que permanece a irregularidade”*.

O Ministério Público de Contas assim se pronunciou (fl. 1186): *“quanto à inexistência de seleção interna entre as contratadas para a execução contratual, o fato representa ofensa ao art. 2º, §4º, da Lei Nacional n.º 12.232/2010, o qual instituiu comando cogente no sentido de que: para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial”*.

Segundo o § 4º do art. 2º da Lei Federal 12.232/2010:

*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.*

(...)

*§ 4º. Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.*

Como se pode observar, a Lei 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, estabelece a obrigatoriedade de instituir seleção interna entre os contratados. Tal matéria não é inerente ao procedimento formal de contratação ou do aditamento contratual, e sim à fase da respectiva execução.

Assim, cabe recomendação para corrigir e cumprir o regramento da legislação durante a execução contratual.



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

**Ausência de fidedignidade das informações relativas às despesas executadas com os serviços de publicidade.**

A Unidade Técnica indicou divergência entre os valores dos gastos com publicidade informados no Portal da Transparência do Governo do Estado com os encaminhados ao sistema SAGRES deste Tribunal. Eis a análise:

O portal da transparência do Governo do Estado (<http://transparencia.pb.gov.br/dados-especificos/publicidade-institucional>) apresenta informações a respeito da despesa executada com os serviços de publicidade. Entretanto, os valores não são compatíveis com aqueles verificados no SAGRES. Vejamos novamente a constatação dos valores empenhados conforme item 2 deste relatório:

| CREDOR            | 2017              | 2018              | Total / Credor (2017 + 2018) |
|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------------|
| MART PET          | R\$ 5.368.361,18  | R\$ 2.466.719,85  | R\$ 7.835.081,03             |
| MAXIMA            | R\$ 8.098.508,61  | R\$ 2.242.147,98  | R\$ 10.340.656,59            |
| TAKES             | R\$ 6.629.038,03  | R\$ 2.576.756,37  | R\$ 9.205.794,40             |
| ANTARES           | R\$ 9.733.845,77  | R\$ 7.314.403,86  | R\$ 17.048.249,63            |
| Total / Exercício | R\$ 29.829.753,59 | R\$ 14.600.028,06 | R\$ 44.429.781,65            |

O detalhamento dos valores acima encontra-se junto às fls. 910-949. Os dados constantes do portal da transparência divergem destes valores, da seguinte forma:

| CREDOR            | 2017              | 2018              | Total / Credor (2017 + 2018) |
|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------------|
| MART PET          | R\$ 4.032.863,17  | R\$ 4.126.181,91  | R\$ 8.159.045,08             |
| MAXIMA            | R\$ 6.450.776,59  | R\$ 3.884.013,09  | R\$ 10.334.789,68            |
| TAKES             | R\$ 5.855.653,08  | R\$ 4.029.212,78  | R\$ 9.884.865,86             |
| ANTARES           | R\$ 7.493.825,16  | R\$ 9.455.297,05  | R\$ 16.949.122,21            |
| Total / Exercício | R\$ 23.833.118,00 | R\$ 21.494.704,83 | R\$ 45.327.822,83            |

Os documentos que demonstram os valores acima alegados constam das fls. 832-879 e 881-908. Considera-se cumprida a exigência do *caput* do art. 16, da Lei 12.232/2010, mas consideramos irregular a inconsistência das informações disponibilizadas no portal da transparência. As informações não podem ser consideradas fidedignas, tendo em vista a divergência nos próprios meios de transparência do Governo Estadual.

A defesa alegou estarem as informações prestadas conforme determina o art. 16 da Lei Federal 12.232/2010, que as informações da execução das despesas estão registradas no sistema SIAFI e seria prematuro afirmar que os dados coletados, inicialmente, sem que houvesse uma análise mais acurada, estariam com as informações irregulares.





TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

A Unidade Técnica (fl. 1178) não acatou os argumentos apresentados, pois entendeu que não foram apresentados elementos que pudessem contradizer as constatações e que “os dados coletados pela Auditoria, tanto no Portal da Transparência quanto no Sagres, referem-se a valores empenhados e não pagos. A divergência foi constatada e não foi negada pelo defendente”.

Para o Ministério Público de Contas (fls. 1187):

*“... a ausência de fidedignidade das informações relativas às despesas executadas com os serviços de publicidade possui conexão com as disparidades entre os dados do Portal da Transparência e o sistema SAGRES (fl. 1177), peculiaridade que impede a garantia de transparência do gasto público, ensejando aplicação de multa aos responsáveis nos termos do art. 56, inciso II, da Lei Orgânica deste Tribunal.*

*O contexto geral dos autos evidencia desrespeito ao dever de justificação da despesa pública, sobretudo diante das inconsistências ocorridas. Neste ponto específico, é curial ter em consideração que a efetiva realização de serviços prestados à Administração deve ser efetuada por elementos transparentes e idôneos, capazes de demonstrar, de forma inequívoca, a motivação do gasto público, sem qualquer embaraço.”*

A Lei Federal 12.232/2010, em seu art. 16, estabelece que o gestor deve disponibilizar, em local próprio, informações sobre a execução dos contratos de publicidade em site oficial com as informações dos valores pagos, tipo de serviço e fornecedores, vejamos:

*Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.*

*Parágrafo único. As informações **sobre valores pagos** serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.*

Consultando o Portal da Transparência do Governo do Estado, <https://transparencia.pb.gov.br/>, verifica-se que as informações atinentes aos gastos com publicidade estão disponibilizadas nos moldes determinados pelo art. 16 da Lei Federal 12.232/2010:



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

PROCESSO TC 00502/17

RECEITA

DESPESA

CONVÊNIOS

COMPRAS

ORÇAMENTO

PESSOAL

**ACESSE** <https://paraiba.pb.gov.br/coronavirus/>

DIÁRIAS

PASSAGENS

PROGRAMA DE REESTRUTURAÇÃO E AJUSTE FISCAL DA PARAÍBA

ADMINISTRAÇÃO HOSPITALAR INDIRETA

**PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**

ADMINISTRAÇÃO ESCOLAR INDIRETA

No link 'Publicidade Institucional', é possível obter as informações dos valores pagos por exercício, período, produto, agência de publicidade responsável e campanha publicitária.

RECEITA

DESPESA

CONVÊNIOS

COMPRAS

ORÇAMENTO

PE

[Página Inicial](#) > [Dados Específicos](#) > Publicidade Institucional

## PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Curtir 0

Tweetar

Ano: 2020

Agências: TODAS

Exibir Relatório

Meses Inicial: Janeiro

Campanhas: TODAS

Mes Fim: Fevereiro

Fornecedor (CNPJ, CPF):

Produto: TODOS

Portanto, as informações estão disponibilizadas conforme exigência mínima determinada pela legislação.

No tocante aos dados divergentes entre os informados no Portal da Transparência com os informados no sistema SAGRES, a Unidade Técnica (fls. 952 e 957) utilizou como parâmetro a despesa empenhada no sistema SAGRES com a despesa paga informada no Portal da Transparência do Governo do Estado, portanto são parâmetros divergentes.



**TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO**  
**2ª CÂMARA**

*PROCESSO TC 00502/17*

Além do mais, nos dados coletados pela Unidade Técnica (fls. 910/949) não poderiam ser computadas para o exercício de 2017 as despesas empenhadas sob o elemento de despesa “despesas de exercícios anteriores”, haja vista se tratem de gastos realizados no exercício de 2016, e que não estão contemplados nos valores do contrato, haja vista que entrou em vigor apenas no exercício de 2017.

De toda forma, utilizando os parâmetros de registro das despesas pagas, tanto no Portal da Transparência como no sistema SAGRES, encontram-se os seguintes valores:

| Exercício    | Antares Publicidade Ltda<br>(CNPJ 12.682.977/0001-15) |                      | Máxima Tres Comunicação Ltda<br>(CNPJ 01.757.448/0001-17) |                      | TAKES Produção e Publicidade<br>Ltda (CNPJ 35.486.075/0001-09) |                      | MART PET Comunicação Ltda<br>(CNPJ 01.141.495/0001-31) |                      | Total                   |                      |
|--------------|-------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------|----------------------|
|              | Portal<br>Transparência                               | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência                                   | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência                                        | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência                                | SAGRES<br>Pago       | Portal<br>Transparência | SAGRES<br>Pago       |
| 2017         | 7.493.825,16                                          | 7.329.030,95         | 6.450.776,59                                              | 6.375.353,99         | 5.855.653,08                                                   | 5.261.281,21         | 4.032.863,17                                           | 3.817.633,72         | 23.833.118,00           | 22.783.299,87        |
| 2018         | 9.455.297,05                                          | 7.314.403,86         | 3.884.013,09                                              | 2.242.147,98         | 4.029.212,78                                                   | 2.576.756,37         | 4.126.181,91                                           | 2.466.719,85         | 21.494.704,83           | 14.600.028,06        |
| 2019         | 7.623.062,59                                          | 7.736.240,84         | 9.097.268,10                                              | 8.968.889,85         | 4.159.957,84                                                   | 4.159.957,84         | 5.724.402,96                                           | 5.724.402,96         | 26.604.691,49           | 26.589.491,49        |
| 2020         | 4.943.209,91                                          | 6.627.348,85         | 4.305.897,35                                              | 7.029.487,01         | 3.493.990,23                                                   | 5.185.840,11         | 2.394.498,09                                           | 4.661.728,47         | 15.137.595,58           | 23.504.404,44        |
| <b>Total</b> | <b>29.515.394,71</b>                                  | <b>29.007.024,50</b> | <b>23.737.955,13</b>                                      | <b>24.615.878,83</b> | <b>17.538.813,93</b>                                           | <b>17.183.835,53</b> | <b>16.277.946,13</b>                                   | <b>16.670.485,00</b> | <b>87.070.109,90</b>    | <b>87.477.223,86</b> |

1. <https://transparencia.pb.gov.br/dados-especificos/publicidade-institucional>

2. SAGRES

No entanto, é possível verificar que ainda se observam valores divergentes.

Mas tal matéria também não é inerente ao procedimento formal de contratação ou do aditamento contratual, e sim à fase da respectiva execução. Assim, as informações devem ser encaminhadas para análise mais acurada nos processos de Acompanhamento da Gestão dos exercícios a que se referem.

**Ante o exposto, VOTO no sentido de: 1) JULGAR REGULAR COM RESSALVAS o Primeiro Termo Aditivo ao Contrato 010/2016, firmado através da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional, subscrito pelo Senhor LUIS INÁCIO RODRIGUES TÔRRES, na condição de representante do Estado da Paraíba, em decorrência da Concorrência 001/2016; 2) DETERMINAR à Auditoria a análise dos demais Termos Aditivos ao Contrato 010/2016 no âmbito dos processos de prestação de contas respectivos, bem como o monitoramento da execução das despesas; 3) RECOMENDAR o aprimoramento das informações técnicas para futuras renovações de contratos; e 4) DETERMINAR o arquivamento dos presentes autos.**



TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO  
2ª CÂMARA

*PROCESSO TC 00502/17*

**DECISÃO DA 2ª CÂMARA DO TCE/PB**

Vistos, relatados e discutidos os autos do **Processo 00502/17**, referentes, nesta assentada, ao exame do **Primeiro Termo Aditivos** ao Contrato 010/2016, decorrente do Processo licitatório Concorrência 001/2016, firmado através da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional, subscrito pelo Senhor LUIS INÁCIO RODRIGUES TÔRRES, na condição de representante do Estado da Paraíba, objetivando a prorrogação da contratação de 4 (quatro) agências de publicidade, para: (1) a realização de estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, bem como distribuição de publicidade institucional, com intuito de atender a necessidade de divulgação dos provimentos oficiais do Estado da Paraíba; (2) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação de geração de conhecimento relativos à execução do contrato; (3) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens em conformidade com as novas tecnologias; e (4) produção e execução técnica de peças e/ou material criadas pela contratada. , **ACORDAM** os membros da 2ª CÂMARA do Tribunal de Contas do Estado (2ªCAM/TCE-PB), à unanimidade, nesta data, conforme voto do Relator, em:

**I) JULGAR REGULAR COM RESSALVAS** o **Primeiro Termo Aditivo** ao Contrato 010/2016, firmado através da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional, subscrito pelo Senhor LUIS INÁCIO RODRIGUES TÔRRES, na condição de representante do Estado da Paraíba, em decorrência da Concorrência 001/2016;

**II) DETERMINAR** à Auditoria a análise dos demais Termos Aditivos ao Contrato 010/2016 no âmbito dos processos de prestação de contas respectivos, bem como o monitoramento da execução das despesas; e

**III) RECOMENDAR** o aprimoramento das informações técnicas para futuras renovações de contratos.

**IV) DETERMINAR** o arquivamento dos presentes autos.

Registre-se e publique-se.

TCE – Sessão Remota da 2ª Câmara.

João Pessoa (PB), 23 de fevereiro de 2021.

Assinado 23 de Fevereiro de 2021 às 17:44



**Assinado Eletronicamente**

conforme LC 18/93, alterada pela LC 91/2009 e  
pelo Regimento Interno, alterado pela  
RA TC 18/2009

**Cons. André Carlo Torres Pontes**

PRESIDENTE E RELATOR

Assinado 24 de Fevereiro de 2021 às 12:18



**Assinado Eletronicamente**

conforme LC 18/93, alterada pela LC 91/2009 e  
pelo Regimento Interno, alterado pela  
RA TC 18/2009

**Marcílio Toscano Franca Filho**

MEMBRO DO MINISTÉRIO PÚBLICO