



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
GABINETE DO PREFEITO
OFÍCIO AO LEGISLATIVO

Ofício ATL SEI nº 089950204

Ref.: Ofício SGP-23 nº 701/2023

Senhor Presidente,

Reportando-me ao Ofício acima referenciado, em atenção ao Requerimento RDS nº 1124/2023, de autoria do Vereador Toninho Vespoli, restituo-lhe o presente instruído com cópia das informações prestadas pela Secretaria Especial de Comunicação (SECOM) a respeito do aumento no percentual de 25% no valor do contrato inicial das agências de publicidade Propeg e MWORKS, nas quais a Pasta informa que a referida Justificativa técnica encontra-se detalhada em documento SEI nº 076466568, parte integrante do Processo SEI nº 6010.2021/0000895-0, de acesso público.

Na oportunidade, renovo a essa Presidência meus protestos de apreço e consideração.

DENISE RAMOS
Chefe de Gabinete
Casa Civil

Ao

Excelentíssimo Senhor

MILTON LEITE

Digníssimo Presidente da Câmara Municipal de São Paulo



Denise Soares Ramos
Chefe de Gabinete
Em 28/09/2023, às 19:09.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://processos.prefeitura.sp.gov.br>, informando o código verificador **089950204** e o código CRC **16F9A488**.

**PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO****GABINETE DO PREFEITO****Secretário Especial de Comunicação**

Viaduto do Chá, 15, - Bairro Centro - São Paulo/SP - CEP 01002-020

Telefone: 3113-8811/31138812

PROCESSO 6010.2021/0000895-0**Encaminhamento PREF/SECOM Nº 076466568**

São Paulo, 29 de dezembro de 2022.

Assunto: Aditamento Contratual - Acréscimo de 25% do valor inicial atualizado dos contratos 001/2022 PREF/SECOM e 002/2022 PREF/SECOM firmados com as empresas MWorks Comunicação Ltda e Propeg Comincação S/A, respectivamente.

Ào**Secretaria Especial de Comunicação****Prezado Sr. Secretário,**

Para a Prefeitura da Cidade de São Paulo faz-se pertinente a apresentação de um conjunto de boas práticas para a contratação de publicidade seguindo estratégias previamente estabelecidas para que os recursos públicos destinados a este objetivo sejam bem aproveitados, levando em conta aspectos importantes — como agregar valor, prestar serviço e educar, além de gerir riscos —, ao mesmo tempo que atendem às disposições legais e os princípios basilares da Administração Pública, como simetria, impessoalidade, não personificação, isonomia, economicidade, eficiência, publicidade e legalidade.

Tudo começa com planejamento porque é importante definir objetivos e apontar os principais aspectos que devem ser observados para a construção adequada das modelagens a serem produzidas no processo das contratações estratégicas de comunicação, especialmente a de publicidade. O gestor criterioso trabalha em tempo integral conjuntamente com controles internos para que as contratações possam agregar valor; para que os seus riscos possam ser gerenciados; e, evidentemente, que elas sejam feitas em conformidade com as disposições legais e os princípios das boas práticas de gestão.

É um desafio permanente planejar, mais ainda acreditar e confiar neste planejamento. A pandemia do coronavírus colocou à prova e testou, a ferro e fogo, as ferramentas estratégicas utilizadas para comunicar em especial na publicidade.

A Prefeitura de São Paulo, desde o início da crise sanitária mundial, em março de 2020, elaborou um robusto planejamento estratégico para sua área de comunicação e, criteriosamente, colocou suas fichas nas ações planejadas conscientes, coerentes e contundentes de gestão pública teórica e também prática, sob as circunstâncias da época.

A Cidade propôs-se, com base nos princípios da manutenção da necessidade, economicidade e

oportunidade da contratação, gastar com razoabilidade os recursos públicos face a um desafio nunca antes vivido pelas áreas de comunicação, não apenas a institucional, e a eficiência da estratégia foi decisiva para, por exemplo, a Cidade de São Paulo ser reconhecida como “a Capital Mundial da Vacina”.

O sucesso da campanha de vacinação contra a Covid-19, realizada por São Paulo, chamou a atenção da mídia internacional mais de uma vez. Em janeiro de 2022, por exemplo, a revista americana *Forbes* publicou uma reportagem sobre o avanço da imunização na metrópole e a classificou como “A Capital Mundial da Vacina”. A publicação ressaltou que muitas pessoas que vivem fora do Brasil ficaram surpresas quando a capital paulista, uma das maiores do mundo, anunciou a marca de 100% de cobertura vacinal completa de adultos em novembro de 2021.

“Brasil e São Paulo sempre foram modelos de excelentes campanhas de vacinação por meio do sistema de cobertura universal de saúde, baixa hesitação vacinal e grande adesão”, comentou Otavio T. Ranzani, pesquisador de epidemiologia da Universidade de São Paulo (USP), entrevistado pela reportagem. A *Forbes* ainda explicou que a capital paulista ultrapassou 100% de vacinados porque atraiu até mesmo pessoas que não residem no município para se vacinarem porque as ações do Sistema Único de Saúde (SUS) são baseadas na universalidade, integralidade e equidade. Esta defesa intransigente feita pelo então secretário de Saúde da cidade, Edson Aparecido, transformou a Capital num ímã para migrantes e visitantes.

Ao mesmo tempo em que praticou seu planejamento estratégico de comunicação, novos fornecedores de serviços ingressaram no rol de empresas habilitadas, credenciadas e contratadas para atuarem com informação de qualidade para a população sobre o vírus. Mesmo assim, São Paulo acumula mais de 44 mil óbitos de casos confirmados para COVID-19 segundo data de início de sintomas (dado da MSP, 12/2022). Agregar empresas à estratégia inicial proporcionou à Prefeitura uma performance ainda maior no combate à pandemia.

Entretanto, numa cidade com enorme população como São Paulo, a administração precisa e deve pensar em todas as áreas, mesmo a pandemia não tendo acabado por completo, o quê, eventualmente jamais aconteça. É imprescindível retomar o investimento em publicidade também nos seus outros assuntos, que são muitos, de áreas variadas e igual alta importância – habitação, infraestrutura, meio ambiente, mobilidade etc..

O artigo 118, da Lei Orgânica da Cidade de São Paulo determina que “o Poder Executivo publicará e enviará ao Poder Legislativo, no máximo 30 (trinta) dias após o encerramento de cada semestre, relatório completo sobre os gastos publicitários de administração direta e indireta, para fins de averiguação do cumprimento do disposto no parágrafo 1º, do artigo 37, da Constituição da República.”

Na Secretaria Especial de Comunicação nada é tão importante quanto cumprir a determinação legal. E, em estrito cumprimento à legislação, esta Secretaria Especial tem, a cada semestre, encaminhado à Câmara Municipal de São Paulo o relatório demonstrativo de investimentos em publicidade, baseado em liquidações ocorridas no período.

No 1º semestre de 2022, a Administração Direta desembolsou com publicidade institucional R\$ 86.156.156,81, enquanto a publicação de editais e outras publicações legais R\$ 321.784,00. O montante investido em publicidade foi majoritariamente para a campanha informativa e de prestação de serviços sobre as ações executadas pela prefeitura com o objetivo de minimizar os efeitos inevitáveis da pandemia e envolver as comunidades em práticas preventivas, com atuação no comportamento dos indivíduos.

orientando e conscientizando a população acerca da importância das ações efetivas que naquele período. 8 serviram de prevenção e, portanto, combate ao vírus, bem como divulgando o calendário de vacinas, por idade e demais critérios, para que as pessoas pudessem se programar, até mesmo acompanhando a fila nos diferentes postos da Capital.

<http://www.docidadesp.imprensaoficial.com.br/NavegaEdicao.aspx?ClipID=dd5135c3b44edc732df8aba46bfbe796&PalavraChave=Relat%C3%B3rio%20de%20investimentos>

No 2º Semestre de 2022, até novembro, foram investidos R\$90.786.829,69 (Noventa milhões, setecentos e oitenta e seis mil, oitocentos e vinte e nove reais, sessenta e nove centavos)

Da mesma forma, porém em proporção que vem diminuindo para temas relacionados à pandemia do coronavírus, permanece a prevalência dos temas vacinas contra a covid, uso de máscaras e afins; em concorrência com outros assuntos da vida cotidiana da Cidade que sempre estiveram e agora retornam à pauta da comunicação da Cidade, tais como prevenção contra a dengue, operação baixas temperaturas, chuvas de verão e virada esportiva, dentre outros.

O desembolso mensal com publicidade no ano de 2021 foi da ordem de R\$ 10 milhões e neste ano de 2022 será de R\$ 15 milhões, totalizando pouco mais de R\$ 180 milhões no ano, aumento possibilitado pela assinatura, ocorrida em meados de 2022, de novos contratos de publicidade cujo valor total de face é de R\$ 160 milhões.

Note-se que com a atual média de investimento mensal, o valor atual do contrato de prestação de serviços de publicidade, mesmo sendo recente, já não é suficiente para fazer frente ao plano tático de comunicação publicitária de prestação de serviços, interesse público e educação social de maneira que todos os temas possam ser abordados.

Some-se a isso as inflações de mídia e insumos de comunicação, que assim como nos outros setores, foi agravada pela crise econômica resultante da crise sanitária sem precedentes por que temos passado nos três anos mais recentes.

Desta maneira, seguindo todos os preceitos de boas práticas na Administração Pública e diante dos dados e dos fatos, é necessário providenciar aumento para os recursos da publicidade institucional, dentro naturalmente, da possibilidade legal, para que os mesmos possam aproximar-se da suficiência necessária

A dimensão do pedido ora encaminhado é a máxima possível, de 25% (vinte e cinco por cento), o que irá ajudar no planejamento e execução da estratégia duplicada de comunicação, em termos dos temas a serem abordados.

Há previsão legal para o pleito tendo em vista que corresponde às necessidades permanentes do contratante, destacando o entendimento do Tribunal de Contas da União (TCU), segundo o qual “a aferição da natureza dos contratos de publicidade (contínuo ou de escopo) dependerá das circunstâncias do caso concreto, levando-se em consideração, para esta análise, os fins institucionais do órgão ou entidade contratante e a necessidade de divulgação permanente de algum tema relacionado a estes fins institucionais” - (TC/DF, Decisão nº 167/2017 – Plenário).

Diante do exposto, ao mesmo tempo que presta contas da publicidade institucional, esta coordenadoria de publicidade justifica o pedido de suplementação para o necessário aditamento no importe de 25% (vinte e cinco por cento) dos contratos de publicidade, na forma da lei.

Materia DocREC 632/2023. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1124/2023 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbriuDocumento?plID=482196.

Atenciosamente,

fls. 9



Rosalina Corrêa da Silva
Coordenador(a) Geral
Em 29/12/2022, às 16:59.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://processos.prefeitura.sp.gov.br>, informando o código verificador **076466568** e o código CRC **08C91F36**.

Matéria DOCREC 632/2023. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1124/2023 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em <https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbriuDocumento?plD=482196>.



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

GABINETE DO PREFEITO

Secretário Especial de Comunicação

Viaduto do Chá, 15, - Bairro Centro - São Paulo/SP - CEP 01002-020

Telefone: 3113-8811/31138812

PROCESSO 6010.2023/0002675-7

Encaminhamento PREF/SECOM Nº 089872921

São Paulo, 12 de setembro de 2023.

INTERESSADO: Câmara Municipal de São Paulo/Vereador Toninho Vespoli.

ASSUNTO: Ofício SGP-23 nº 701/2023 - Requerimento RDS nº 1124/2023. Solicitação de informações a respeito do aumento no percentual de 25% no valor do contrato inicial das agências de publicidade Propeg e MWORKS.

À

Casa Civil/ATL

Sra. Chefe de Gabinete

Em atendimento ao encaminhamento nº 089146327, o qual solicita justificativa técnica a respeito do aditivo de acréscimo no importe de 25% referentes a contratação de serviços técnicos de publicidade, firmados com as Agências MWorks Comunicação Ltda e Propeg Comunicação S/A, respectivamente, constante do Ofício SGP-23 nº 701/2023 - Requerimento RDS nº 1124/23, doc. 089142888 informamos que a referida justificativa técnica, encontra-se detalhada em documento SEI nº 076466568, parte integrante do Processo SEI 6010.2021/0000895-0.

Atenciosamente,



Affonso Prado Filho

Chefe de Gabinete

Em 12/09/2023, às 14:52.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://processos.prefeitura.sp.gov.br>, informando o código verificador **089872921** e o código CRC **359124DF**.

Matéria DOCREC 632/2023. Documento digitalizado e autenticado por DIEGO MARINETTO, juntado ao RDS 1124/2023 por Diego Marinetto. Sua validade pode ser conferida em <https://splegisconsulta.saopaulo.sp.leg.br/Home/AbriuDocumento?plD=482196>.