



PREJULGADO DE TESE Nº 002, de 11 de dezembro de 2014.

RESOLUÇÃO Nº 11.700

Processo nº 201418749-00

EMENTA: CONSULTA. PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGOMINAS. CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE. OBRIGATORIEDADE DE PRÉVIO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. INTELIGÊNCIA DO ART. 2º C/C ART. 25, II, DA LEI 8.666/93 E DA LEI FEDERAL Nº 12.232/2010. APRECIÇÃO COM BASE NO ART. 1º, INCISO XVI, DA LEI Nº 084/2012 DO TCM.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos que tratam de **CONSULTA** em tese, formulada por autoridade competente, e respondida nos termos do **Art. 1º, inciso XVI, da LC nº 84/2012 do TCM**, acordam os Conselheiros do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, **à unanimidade**, em **aprovar** a resposta à **CONSULTA**, nos termos da Ata da Sessão, do Relatório, voto e Resolução da Conselheira Relatora prolatada às **fls. 14-22** dos autos, que passam a integrar esta decisão. Por força do previsto no Art. 302, do RI/TCM/PA a presente decisão constitui-se **PREJULGADO DE TESE**.

Sala das Sessões do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, em **11 de dezembro de 2014**.


Conselheiro **Cezar Colares**
Presidente


Conselheira **Mara Lúcia**
Relatora

Presentes: Conselheiros, Daniel Lavareda, Mara Lúcia, Cezar Colares, Antônio José Guimarães; Auditor convocado Sérgio Dantas e Procuradora Maria Inez Gueiros.



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

Processo n.º: 201418749-00

Assunto: Consulta

Órgão: Prefeitura Municipal de Paragominas

Interessado: Paulo Pombo Tocantins

Relatora: Conselheira Mara Lúcia

RELATÓRIO

PAULO POMBO TOCANTINS, Prefeito Municipal de Paragominas, encaminhou **CONSULTA** (fls. 01/02), com amparo no **artigo 1º, inciso XVI, da LC n.º 084/2012**, onde requer, em apertada síntese, a manifestação desta Corte de Contas, quanto à *possibilidade de contratação, através de inexigibilidade, de empresas especializadas em serviços de publicidade, no que diz respeito às veiculações de vídeos institucionais de ações desta Prefeitura*, bem com questiona *quanto a possibilidade de contratação de agência especializada em serviços de publicidade e veiculação através de empresas televisivas, internet, jornal, revista, etc.*, dada a controvérsia interpretativa sobre a matéria quanto às modalidades e meios utilizados para tais contratações.

Conforme consta, os autos foram recebidos em Gabinete, na data de **05.11.14** (fl. 04-verso), após o que proferi despacho recebendo a consulta (fl. 05), tramitando-o, nesta data, à **3ª Controladoria**, dado o permissivo contido no **art. 300, §4º, do RITCM-PA (Ato n.º 16/2013)**, para elaboração de parecer e juntada de eventuais precedentes doutrinários e/ou jurisprudenciais, que atendessem à solicitação em questão, o qual foi tempestivamente elaborado e juntado aos autos, às fls. 06/13, por meio do **Parecer n.º LA 076/2014-3ª Controladoria**, que torno parte integrante do presente relatório¹.

¹ PARECER N.º:	LA 076/2014 - 3ª CONTROLADORIA/TCM
PROCESSO N.º:	20148749-00
PROCEDÊNCIA:	PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGOMINAS.
INTERESSADO:	PAULO POMBO TONCANTINS - PREFEITO.
ASSUNTO:	CONSULTA SOBRE CONTRATAÇÃO POR INEXIGIBILIDADE DE EMPRESAS ESPECIALIZADAS EM SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PARA VEICULAÇÃO DE VIDEOS INSTITUCIONAIS DE AÇÃO DA PREFEITURA.

RELATÓRIO:

Vem ao exame desta Controladoria, conforme determinação da Exma. Conselheira Mara Lúcia, à fl. 05, consulta formulada pela Prefeitura Municipal de Paragominas,



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

representada pelo Sr. Paulo Pombo Tocantins, Prefeito, que versa sobre a possibilidade de contratação, através da inexigibilidade, de empresas especializadas em serviços de publicidade, no que diz respeito às veiculações de vídeos institucionais de ação desta Prefeitura (sic, fl. 02).

O consulente esclarece que considerando que cada empresa televisiva possui produtos exclusivos, como Jornal Nacional, da Rede Globo e Jornal da Record., da Rede Record etc, teria-se a justificativa de atingir público específico de tal programa e/ou faixa etária. Sendo que para cada campanha publicitária seria realizada uma contratação direta com empresa adequada, de acordo com o público a ser atingido.

Questiona, também, sobre a possibilidade de contratação de agência especializada em serviços de publicidade e veiculação através de empresas televisivas, internet, jornal, revista etc (sic, fl. 02).

Finaliza, informando que o assunto é controverso na municipalidade, pois existem várias interpretações quanto as modalidades e meios utilizados para a contratação de empresa de publicidade.

É o breve relatório.

FUNDAMENTAÇÃO:

Primeiramente, é necessário delimitar a matéria objeto de consulta, que no caso é:

- a possibilidade de contratação, através da inexigibilidade, de empresas especializadas em serviços de publicidade, no que diz respeito às veiculações de vídeos institucionais de ações desta Prefeitura; e

- quanto a possibilidade de contratação de agência especializada em serviços de publicidade e veiculação através de empresas televisivas, internet, jornal, revista etc.

Importante ressaltar que, em regra, a contratação de serviços de publicidade por órgãos e entidades da Administração Pública deve ser precedida de regular procedimento licitatório, conforme estabelecido no artigo 37, inciso XXI, da Constituição Federal e artigo 2º, da Lei nº 8.666/93, salvo ressalvas expressamente previstas em lei:

"Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

(...)

XXI - ressalvados os casos especificados na legislação, as obras, serviços, compras e alienações serão contratados mediante processo de licitação pública que assegure igualdade de condições a todos os concorrentes, com cláusulas que estabeleçam obrigações de pagamento, mantidas as condições efetivas na proposta, nos termos da lei, o qual somente permitirá as exigências de qualificação técnica e econômica, indispensáveis à garantia do cumprimento das obrigações."

"Art. 2º As obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações, concessões, permissões e locações da Administração Pública, quando contratadas com terceiro, serão necessariamente precedidas de licitação, ressalvadas as hipóteses previstas nesta Lei." (destaquei).

Handwritten signature



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

Dessa forma, verifica-se que o tipo de contratação, objeto de consulta, é uma exceção legal, qual seja, contratação por inexigibilidade de licitação. Nesse sentido, o artigo 25, II, da Lei de Licitações e Contratos estabelece vedação à inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação, *in verbis*:

Art. 25. É inexigível a licitação quando houver inviabilidade de competição, em especial:

II- para a contratação de serviços técnicos enumerados no art. 13 desta Lei, de natureza singular, com profissionais ou empresas de notória especialização, vedada a inexigibilidade para serviços de publicidade e divulgação;

Neste ponto, chamo atenção à justificativa em que a consulta foi formulada, de que cada empresa televisiva possui produtos exclusivos, como Jornal Nacional, da Rede Globo e Jornal da Record, da Rede Record etc, para esclarecer que não é caso de exclusividade, visto que tratam-se de marcas de um mesmo serviço - telecomunicação - prestado por diferentes empresa de comunicação.

A exclusividade mencionada no inciso I do art. 25 da Lei nº 8.666/93 refere-se às contratações em que o objeto só possa ser fornecido por produtos, empresa ou representante comercia exclusivo, com a devida comprovação, que dependendo do caso deverá ser feita por atestado fornecido pelo órgão de registo do comércio local em que se realizaria a licitação ou obra ou o serviço, pelo Sindicato, Federação ou Confederação Patronal, ou, ainda, pelas entidades equivalentes.

A presente vedação gera controvérsias doutrinárias, como verificamos no posicionamento do jurista Marçal Justen Filho, ao lecionar o tema:

"A lei insiste na vedação à contratação direta de serviços de publicidade e divulgação. Trata-se de um equívoco (...). O problema está na impossibilidade de julgamento objetivo nessa área. A grande evidência reside em que, sendo obrigatória a licitação, o critério decisivo de seleção acaba sendo a criatividade, a qual envolve avaliação meramente subjetiva. No final das contas, o critério de seleção continua a ser a subjetividade e a preferência da Administração Pública. Como já afirmado, melhor seria promover a contratação direta, obrigando a Administração a justificar suas escolhas. Muito pior é a atual situação, em que a escolha (subjetiva, em última análise) é exteriorizada como produto de um julgamento objetivo. A vedação a contratações diretas nesse caso é um grande exemplo de como boas intenções produzem, muitas vezes, péssimas soluções legislativas".

No entanto, o legislador ordinário regulamentou a regra geral, prevista na Lei nº 8.666/93, ao editar a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que dispõe sobre normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, de modo que, nessas hipóteses, não há que falar em contratação direta.

Assim. Subordinam-se ao disposto na referida Lei dos órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta e indiretamente pela União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Justen Filho



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

O art. 2º, da Lei nº 12.232/2010, conceitua os serviços de publicidade como 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.

Sendo possível, nas contratações de serviços de publicidade, a inclusão como atividades complementares os serviços especializados relacionados abaixo:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e as ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias". (§ 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010).

Ressalta-se, por outro lado, que é vedada a inclusão de quaisquer outras atividades além das descritas no art. 2º e seu § 1º, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor. (§2º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010).

É facultada a adjudicação do objeto de licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação. (§3º do art. 2º, da Lei nº 12.232/2010).

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

Os serviços de publicidade previstos na Lei Nº 12.232/2010 serão contratados em agências de propagandas cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

Os procedimentos a serem adotados por ocasião da realização das licitações para contratação de serviços publicitários encontram-se didaticamente descritos no Capítulo II - DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS, da Lei nº 12.232/2010 (art. 5º ao art. 12), os quais destacamos abaixo:

O art. 5º da Lei nº 12.232/10 dispõe que as licitações de publicidade devem adotar, obrigatoriamente, os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço", sendo vedada a licitação cujo critério de julgamento seja baseado exclusivamente no preço, de maneira que, o aspecto técnico deve ser necessariamente considerado para escolha da melhor proposta.



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

Nota-se a semelhança desse tipo de licitação com a modalidade Pregão, pois ocorre a inversão de fases, visto que apenas os licitantes classificados no julgamento final das propostas apresentarão os documentos de habilitação, ou seja, primeiro julgam-se as propostas e depois ocorre a habilitação (inciso I do art. 6º da Lei nº 12.232/10).

Os licitantes devem apresentar quatro envelopes, um destinado à proposta de preço e três destinados às propostas técnicas, sendo um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica (art. 9º da Lei nº 12.232/10), composta de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes (inciso III do art. 6º c/c art. 8º da Lei nº 12.232/10).

O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º será composto pelos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária.

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e veiculação."

As licitações de publicidade são processadas por comissão permanente ou especial, exceto o julgamento das propostas técnicas, que serão de competência de subcomissão técnica constituída por três membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em tais áreas, sendo que pelo menos um terço deles não poderão manter qualquer espécie de vínculo com o órgão ou a entidade promotora de licitação. (§ 1º do art. 10 da Lei nº 12.232/10).

A escolha dos integrantes desta subcomissão encarregada das propostas técnica ocorre por sorteio. A administração deve dispor lista com, no mínimo, o triplo de número dos integrantes da subcomissão técnica, conforme dita o §2º do art. 10 da Lei 12.232/10. O §3º do mesmo artigo prescreve que, se o valor estimado da contratação estiver em até dez vezes o limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/93, o que atualmente soma R\$ 800.000,00, a relação deve conter, no mínimo, o dobro dos integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com órgão ou entidade responsável pela licitação.

O sorteio para a escolha dos integrantes da subcomissão deve ser realizado em sessão pública, antecedida em 10 dias da devida publicação. Em até 48 horas da sessão



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

pública do sorteio, os nomes integrantes da lista podem ser impugnados. Acatada a impugnação, deve ser elaborada e publicada nova lista, com a substituição do nome do impugnado (parágrafo 5º e 7º do art. 10 da Lei nº 12.232/10).

A comissão de licitação recebe os quatro envelopes, inclusive os dois planos de comunicação, o identificado e não identificado. O plano de comunicação identificado, diferente da versão não identificada, não contém os exemplos de peças referentes à ideia criativa (§2º do art. 9º da Lei nº 12.232/10).

O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

- I - abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;*
- II - encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;*
- III - análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV no art. 6º desta Lei;*
- IV - elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;*
- V - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;*
- VI - elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;*
- VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:*
 - a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;*
 - b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;*
 - c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;*
 - d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;" (inciso I a VII dos §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10).*

O resultado do julgamento da proposta técnica é publicado, abrindo-se prazo para interposição de recurso administrativos, na forma da alínea "b" do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93. (inciso VIII do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10).

Encerrado o julgamento das propostas técnicas, realiza-se nova sessão pública, para a abertura dos envelopes com as propostas de preço (inciso IX do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10). Publica-se o resultado do julgamento final das propostas e abre-se prazo para a interposição de recurso, em acordo com a alínea "b" do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93 (inciso X do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10).

Handwritten signature



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

É o relatório.

Vencida a fase de julgamento, os licitantes classificados são convocados para apresentarem os seus respectivos envelopes com os documentos de habilitação, tudo em sessão pública (inciso XI e XII do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10). Da decisão sobre a habilitação também cabe recurso em consonância com a alínea "a" do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93 (inciso XIII do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10). Encerrada a habilitação, segue a fase final do certame com a homologação e adjudicação (inciso XIV do §4º do art. 11 da Lei nº 12.232/10).

Portanto, resta claro que a contratação do serviço de publicidade, objeto da presente consulta formulada pela Prefeitura Municipal de Paragominas deve observar os procedimentos previstos na Lei nº 12.232/2010, e de forma complementar da Lei nº 8.666/93, as quais determinam a obrigatoriedade de contratação por meio da realização de procedimento licitatório.

PARECER:

Por todo exposto, a consulta formulada pela Prefeitura Municipal de Paragominas, acerca a possibilidade de contratação, através da inexigibilidade, de empresas especializadas em serviços de publicidade, no que diz respeito às veiculações de vídeos institucionais de ações desta Prefeitura; ou contratação de agência especializada em serviços de publicidade e veiculação através de empresas televisivas, internet, jornal, revista etc. Nos termos propostos não é possível, pois a Lei nº 8.666/93, em seu art. 25, II, veda expressamente a contratação direta por inexigibilidade de licitação de serviços de publicidade e divulgação, sendo obrigatória a realização de procedimento licitatório, nos termos da Lei nº 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para a licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, e de forma complementar pela Lei nº 8.666/93.

É o parecer,

S.M.J.

Belém, 19 de novembro de 2014.

Lorena de Lourdes de Aguiar Cunha
3º CONTROLADORIA/TCM

De Acordo: Ocyr Mello
Controlador/3º Controladoria



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

VOTO

PRELIMINARMENTE, cumpre analisar da regularidade da presente *Consulta*, a qual se confirma, dado o atendimento das formalidades insculpidas no **artigo 1º, inciso XVI, da LC n.º 084/2012**², tendo sido formulada por autoridade competente e suscitada, como tese, acerca de dúvida na aplicação de dispositivos legais, de competência fiscalizatória deste **TCM-PA**, pelo que passo a análise de mérito da mesma, tal como interposta.

NO MÉRITO, verificado o detalhamento e específico cotejamento da matéria com as previsões legais vigentes, contidas na **Constituição Federal (art. 37, XXI)**; **Lei Federal n.º 8.666/93 (art. 2º, caput c/c art. 25, II)** e na **Lei Federal n.º 12.232/2010 (que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação de serviços de publicidade)**, realizado pela 3ª Controladoria, nos termos do **Parecer n.º LA 076/2014**, acompanho e adoto como resposta, em sua integralidade a já transcrita manifestação.

Neste sentido, tal como destacado na análise técnica referida, a **Lei Federal n.º 12.232/2010** trouxe regulamentação ao indicado dispositivo da Lei de Licitações, estabelecendo os critérios e procedimentos, que deverão ser adotados pela Administração Pública, para contratação de empresa especializada, destinada à prestação de serviços de publicidade, de onde se depura, como regra geral, a impossibilidade de contratação pela via da inexigibilidade.

Por todo exposto, considerando os termos da consulta formulada, concluo pela impossibilidade de utilização da inexigibilidade de licitação, para os serviços de publicidade, dada a as vedações apontadas na **Lei n.º 8.666/93**, em seu **art. 2º c/c art. 25, II**, sendo obrigatória a realização de procedimento licitatório, ainda, nos termos da **Lei Federal n.º 12.232/2010**, que dispõe sobre as normas gerais para a licitação e contratação pela

² XVI - Responder a consulta técnica que lhe seja formulada, em tese, por autoridade competente, a respeito de dúvida suscitada na aplicação de dispositivos legais e regulamentares concernentes a matéria de sua competência, na forma estabelecida no Regimento Interno



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, a qual encerra verdadeira regulamentação à regra geral insculpida Lei de Licitações.

Por fim, considerando a possibilidade de existência de idêntica situação de dúvida, em outros municípios, sob a jurisdição deste TCM-PA, tal como vivenciado pela Prefeitura Municipal de Paragominas, recomendo que o posicionamento desta Corte de Contas, exarado por meio de Resolução, receba ampla divulgação entre os demais jurisdicionados.

Esta é a resposta à consulta formulada, que submeto à deliberação do Egrégio Plenário.

Sala das Sessões do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, em **11 de dezembro de 2014**.


Conselheira **Mara Lúcia**
Relatora



ESTADO DO PARÁ
TRIBUNAL DE CONTAS DOS MUNICÍPIOS

RESOLUÇÃO Nº 11.700

Processo n.º: 201418749-00

Assunto: Consulta

Órgão: Prefeitura Municipal de Paragominas

Interessado: Paulo Pombo Tocantins

Relatora: Conselheira Mara Lúcia

Tribunal de Contas dos Municípios

Ato publicado no D.O.E nº 32.846


de 13/03/15, pg. 83

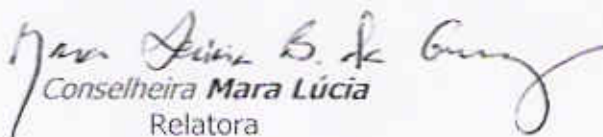

Responsável

EMENTA: CONSULTA. PREFEITURA MUNICIPAL DE PARAGOMINAS. CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE. OBRIGATORIEDADE DE PRÉVIO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO. INTELIGÊNCIA DO ART. 2º C/C ART. 25, II, DA LEI 8.666/93 E DA LEI FEDERAL Nº 12.232/2010.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos que tratam de **CONSULTA**, formulada em tese, acordam os **Conselheiros do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará**, por unanimidade, em **aprovar** a resposta à **CONSULTA**, nos termos da Ata da Sessão e do Relatório e Voto da Conselheira Relatora, às **fls. 14-22**, que passam a integrar esta decisão.

Sala das Sessões do Tribunal de Contas dos Municípios do Estado do Pará, em **11 de dezembro de 2014**.


Conselheiro **Cezar Colares**
Presidente da Sessão


Conselheira **Mara Lúcia**
Relatora

Presentes: Conselheiros Daniel Lavareda; Mara Lúcia; Cezar Colares; Antônio José Guimarães; Auditor Convocado Sérgio Dantas e Procuradora Maria Inez Klautau de Mendonça Gueiros.