nova/sb

À ILMA. PRESIDÊNCIA DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

Ref.: CONTRARRAZÕES - CONCORRÊNCIA Nº: 001/2023

Assunto: contrarrazões aos recursos administrativos interpostos pelas agências no processo administrativo licitatório

A NOVA/SB COMUNICAÇÃO S.A., já qualificada nos autos, neste ato representada por CÉLIA REGINA BARBOSA ALVES, portadora da cédula de identidade RG 1151909-6, inscrita no CPF sob o nº 832754871-91, já devidamente credenciada nos autos, vem respeitosamente perante Vossa Senhoria, com fundamento no art. 5º, incs. LV e XXXIV, *a)* e *b)*, da CF; e art. 109 da Lei 8.666/93, oferecer contrarrazões aos recursos administrativos interpostos por agências licitantes, com supedâneo nas razões de fato e de direito expostas adiante:

eA

nova/sb

.I.

DAS CONTRARRAZÕES

1. A NOVA/SB COMUNICAÇÃO SA., doravante também denominada CONTRARRAZOANTE, participa da CONCORRÊNCIA Nº: 001/2023, que, nos termos do edital, destina-se à "contratação de agências de propaganda para prestação desserviços de publicidade para a prefeitura municipal de várzea grande".

2. A concorrência se deu mediante qualificada e ampla disputa entre 13 (treze) agências de publicidade, tendo como rigoroso e justo julgamento a classificação geral abaixo indicada:

CLASSIFICAÇÃO GERAL

CLASS.	AGÊNCIA	CAMPANHA	MÉDIA INVOLUCRO 01	MEDIA INVOLUCRO 03	TOTAL	SITUAÇÃO
1ª	COMPANY COMUNICAÇÃO LTDA (COMPANY ON/OFF)	VIVA A GENTE	53,5	44,5	98,0	CLASSIFICADA
2ª	DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA (DMD INSPIRE)	É A VEZ DE VG	49,2	44,2	93,33	CLASSIFICADA
3ª	NOVA SB COMUNICAÇÃO S.A. (NOVA SB)	VÁRZEA GRANDE É ONDE CABEM TODOS OS SONHOS	43,0	42,2	85,2	CLASSIFICADA
4ª	FCS COMUNICAÇÃO S.A. (FCS)	VG PRA FRENTE, VC COM A GENTE	39,0	42,7	81,7	CLASSIFICADA
5ª	JV FERMINO DA SILVA (IMAGINE PROPAGANDA)	TRANSFORMANDO VG, PENSANDO EM VC	35,3	41,8	77,2	CLASSIFICADA
6ª	LOGOS PROPAGANDA LTDA (LOGOS PROPAGANDA)	PARABÉNS VG, GRANDE NO NOME, GIGANTE NO DESENVOLVIMENTO	35,5	39,5	75,0	CLASSIFICADA
7ª	SOUL PROPAGANDA EIRELI (SOUL PROPAGANDA)	VEM VER VG	27,7	43,7	71,3	CLASSIFICADA
8ª	TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (TIS PUBLICIDADE)	DESENVOLVER É CRESCER JUNTO COM VOCÊ	25,3	44,7	70,0	DESCLASSIFICADA
9ª	LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADES)	É VG VIVA EM NÓS	25,3	43,3	68,7	DESCLASSIFICADA
10ª	AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E STARTUP GC LTDA (GONÇALVES CORDEIRO)	É MAIS VG. É MAIS VC.	23,3	42,3	65,7	DESCLASSIFICADA
11ª	CRIARI COMUNICAÇÃO LTDA(CRIARI COMUNICAÇÃO)	DO TAMANHO DO AMOR DE NOSSA GENTE	14,5	37,2	51,7	DESCLASSIFICADA
12ª	CASA D'IDEIAS MARKETING E PROPAGANDA LTDA (CASA D'IDEIAS)	É MAIS TRABALHO, É MAIS AVANÇO	1,8	44,2	46,0	DESCLASSIFICADA
13ª	ZIAD A. FARES PUBLICIDADE (ZF COMUNICAÇÃO)	VEGÊ NO PIQUE! É OBRA, É OBRA, É OBRA	1,0	43,2	44,2	DESCLASSIFICADA

3. Após a divulgação das pontuações e abertura de prazo para recurso, 7 (sete) agências licitantes interpuseram recursos referentes ao julgamento das propostas técnicas, são elas: i) FCS COMUNICAÇÃO, 4ª colocada; ii) IMAGINE PROPAGANDA, 5ª colocada; iii) LOGOS PROPAGANDA, 6ª colocada; iv) SOUL PROPAGANDA, 7ª colocada; v) TIS PROPAGANDA, 8ª colocada e desclassificada; vi) GENIUS PUBLICIDADE, 9ª colocada e desclassificada; e vii) ZIAD FARES PUBLICIDADE, 13ª colocada e desclassificada.

4. A licitante FCS COMUNICAÇÃO, 4ª colocada, interpõe recurso para requerer: desclassificação das licitantes COMPANY, DMD e NOVA/SB, respectivamente, 1ª, 2ª e 3ª colocadas.

5. A licitante IMAGINE PROPAGANDA, 5ª colocada, requer em seu recurso: desclassificação das licitantes SOUL, LOGOS e NOVA/SB.

6. A licitante LOGOS PROPAGANDA, 6ª colocada, recorre para pleitear: i) redução de notas e desclassificação das agências IMAGINE e NOVA/SB; e ii) redução substancial de pontuação da FCS.

7. A agência SOUL PROPAGANDA, 7ª colocada, interpõe recurso para requerer: revogação da presente licitação, pela suposta ocorrência de vícios insanáveis, com fulcro no item 28 do edital.

8. A licitante TIS PROPAGANDA, 8ª colocada e desclassificada, requer: anulação do julgamento e o retorno da licitação à fase anterior. Subsidiariamente, sua reclassificação e ainda desclassificação ou redução substancial das notas das licitantes COMPANY, IMAGINE, LOGOS, DMD, FCS, NOVA/SB e SOUL.

9. A licitante GENIUS PUBLICIDADE, 9ª colocada e desclassificada, interpõe recurso para requerer: i) sua reclassificação e majoração de nota; e ii) desclassificação da licitante COMPANY.

10. Por fim, a licitante ZIAD FARES PUBLICIDADE, 13ª colocada e desclassificada, interpõe recurso para requerer: i) desclassificação das licitantes DMD, COMPANY, NOVA/SB; e ii) anulação do presente certame por suposto não cumprimento das regras editalícias.

11. Resumido o conteúdo de cada um dos 7 recursos, no intuito de mostrar uma visão geral do que pretendem buscar, desde já podemos qualificá-los como ineptos e meramente protelatórios, por não terem qualquer suporte na realidade dos fatos que permeou esta licitação, conduzida, desde o início, sob máxima transparência e guiada pelos ditames da legalidade, extrema vinculação ao edital e julgamento lastreado em objetividade e lisura.

CA

12. Ademais, é premissa que não cabe a nenhuma licitante arrogar-se a condição de julgadora das propostas, bem como, uma vez evidenciado o cumprimento dos ditames da legislação e edital, tampouco cabe ao órgão licitante imiscuir-se na função da Subcomissão. Nesse sentido, os pedidos apresentados pelas RECORRENTES contrariam a lógica dos procedimentos licitatórios para contratação de serviços de publicidade, sequer merecendo conhecimento por essa Ilma. Comissão.

13. De modo geral, verifica-se no conteúdo dos requerimentos dos recursos que as RECORRENTES se limitam a trazer questionamentos infundados, improcedentes e contraditórios entre si, oriundos, sobretudo, de suas interpretações subjetivas e tendenciosas das propostas e edital, justamente por não existir qualquer falha no processo licitatório em relação ao julgamento realizado pela Subcomissão Técnica e se evidenciar o rigor da Comissão responsável com as formalidades e prazos indicados no edital e na legislação pertinente, bem como a rigorosa apuração do resultado final do certame.

14. Vale ressaltar que o certame foi promovido e julgado sob a égide da Lei nº 12.232/10, lei específica que dispõe sobre normas gerais e parâmetros de legalidade para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda. A condição de regime específico se assenta na necessidade de preservar lisura do processo licitatório para contratação dos serviços de publicidade, mediante o estabelecimento de procedimentos de apresentação, sigilo e julgamento objetivo sobre propostas técnicas e artísticas.

15. Desta feita, a interposição de recursos fundamentados apenas na avaliação subjetiva e desejo das licitantes de serem reclassificadas ou terem suas pontuações majoradas configura, com efeito, prática reprovável que traz como resultado inevitável a produção de efeitos protelatórios quanto ao regular e justo andamento do certame, em prejuízo da própria Administração Pública.

16. Em suma, consoante se demonstrará de forma cabal, os motivos dos recursos, bem como das razões apresentadas pelas licitantes vencidas, revelam intuito de perturbar o escorreito andamento de processo licitatório. Prova disso é o cálculo

RA

ardiloso explícito em cada recurso que ou solicita a desclassificação de licitantes que estão em posição acima e classificadas ou, para as que já foram desclassificadas, a infundada anulação do certame.

17. Em face desses fatos, a CONTRARRAZOANTE passa a expor as improcedências das alegações apresentadas contra a legalidade e justeza do processo:

.II.

DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA FCS COMUNICAÇÃO S.A. EM RELAÇÃO À PONTUAÇÃO DA CONTARRAZOANTE

a) Suposta violação ao edital por uso de impulsionamento nas redes sociais

18. A RECORRENTE FCS COMUNICAÇÃO S.A. sustenta em relação à NOVA/SB suposto descumprimento do edital (8.2.3.4.3, b) em razão da menção a veículos que não atuariam com tabela de preços. O edital é claro ao estabelecer que:

> 8.2.3.4.3. Nessa simulação: (...) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação, veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

19. É crucial destacar que o argumento levantado pela FCS em relação à suposta ausência de tabelas de preços diretas para divulgação no Facebook e Twitter não reflete a realidade e a norma do edital. O que não se permite é emprego de veículos de divulgação (inovadores ou não) que NÃO atuem com tabela de preços, conforme o item "8.2.3.4.3.", alínea "b)".

20. Na abordagem da NOVA/SB, todavia, por meio da utilização da empresa PUBLYA, especializada em mídia digitais inovadoras, a compra de anúncios ocorre na integração entre as **DSPs** *(Demand Side Platform)* e **SSPs** *(Supply Side Platform)*, que por meio de RTB (Real Time Bidding), permitem aos anunciantes oferecerem um valor pelo espaço publicitário, em plena conformidade com o modelo de precificação preconizado pelo edital e seu esclarecimento.

CA

21. Nossa estratégia não apenas se apoia em tabelas de preços, como também leva em conta a personalização da mensagem para alcançar o público certo de maneira eficiente, consoante se constata da tabela de preços abaixo:

Publya.Redes Sociais — **Tabela de Preços - Março 2023**

*Valores calculados com 20% de comissionamento de agência e negociação padrão. Descontos não são aplicados nesses produtos. Valores podem variar conforme dificuldade de entrega do briefing.

Tipo de Mídia	Device	Opções de Mídia -	Tipo de Compra	Valor Tabela
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	R$ 4,90
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 4,12
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	R$ 13,73
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 5,39
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 47,06
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 34,41
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Dounwload de App	CPM	R$ 15,69
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 0,12
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 1,76
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,06
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	R$ 5,88
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 4,94
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	R$ 16,47
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 6,47
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 47,06
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 35,29
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Dounwload de App	CPM	R$ 18,82
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 0,14
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 2,12
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,07
TikTok	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 5,88
TikTok	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 1,67
TikTok	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,10
TikTok	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 29,41
TikTok	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 29,41
Linkedin	Desktop e Mobile	Sponsored in Mail	CPE	R$ 1,57
Linkedin	Desktop e Mobile	Text Ads	CPM	R$ 29,41
Linkedin	Desktop e Mobile	Sponsored Content	CPM	R$ 117,65
Linkedin	Desktop e Mobile	Anúncio para seguidores	CPM	R$ 78,43
Linkedin	Desktop e Mobile	Anúncio em destaque	CPM	R$ 68,63
Twitter	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 1,37
Twitter	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,06
Twitter	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 0,98
Twitter	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 6,39
Twitter	Desktop e Mobile	Conversões	CPC	R$ 1,18
Twitter	Desktop e Mobile	Seguidores	CPM	R$ 29,41
Twitter	Desktop e Mobile	App Install	CPM	R$ 29,41
Pinterest	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 19,61
Pinterest	Desktop e Mobile	Tráfego	CPC	R$ 4,90
Pinterest	Desktop e Mobile	Visualizações	CPV	R$ 0,24
Pinterest	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 39,22
Pinterest	Desktop e Mobile	Vendas de Catálogo	CPM	R$ 39,22

Tabela de Preços
Valores calculados com base na Tabela de Preços de Março 2023, sujeitos a alteração conforme tabela vigente

22. Portanto, conforme a tabela com os preços demonstra, desprovida de qualquer fundamento fático e legal a alegação da RECORRENTE FCS contra a NOVA/SB, que NÃO merece prosperar.

b) Suposta violação ao edital por inserção de imagem em movimento

23. Carece de igualmente de qualquer fundamento e veracidade a alegação de que NOVA/SB teria apresentado imagens em movimento no *storyboard* animado, em suposta violação ao item 8.2.3.3.6. do edital).

24. Ressalta-se: não há qualquer imagem em movimento! O que produzimos, com efeito, foi restrito ao uso de imagens estáticas, obtidas em banco de imagens[1] e inseridas tela a tela, para dar sequência às peças citadas.

25. Quanto à peça VT, **todas as imagens utilizadas em nosso *animatic* são estáticas, conforme orientação do edital!** Foram utilizadas fotografias estáticas em todos os quadros, com aplicação de vetores nas cores verde e vermelho sobre as imagens, o que não configura cena em movimento, mas mero recurso do *animatic*. As fotos dos personagens foram recortadas, e aplicadas de forma simples sobre um fundo. O fluxo do vetor foi caracterizado pelos elementos verde e vermelho em cena, através de um recurso bem simples, o que NÃO altera a condição estática da imagem.

26. **Portanto, mais uma vez, NÃO há imagem em movimento!** Nosso *animatic* consiste em um *storyboard* sincronizado com a trilha sonora, conforme orientação do edital.

27. O item 8.2.3.3.6. do edital é explícito ao definir que "**na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução**. **Não podendo ser inseridas imagens em movimento**."

28. O que vem a ser o *storyboard* animado ou *animatic* conceitualmente? Quando animado, o estágio de *storyboard* pode ser chamado de *animatic*, visando dar uma melhor ideia de como uma cena será exibida com movimento e tempo. Na sua forma mais simples, uma animação é uma sequência de imagens estáticas exibidas em sincronia com diálogos brutos ou trilha sonora grosseira, fornecendo essencialmente

[1] As imagens foram buscadas em bancos de imagens que autorizam uso para fins de apresentação.

uma visão geral simplificada de como vários elementos visuais e auditivos funcionarão. Muitas vezes, **os *storyboards* são animados com zooms e movimentos simples**.

29. A RECORRENTE faz confundir o uso permitido de imagens estáticas, como em *storyboard* animado ou *animatic*, permitida no edital, com a noção imagem em movimento. Portanto, pelo exposto, evidencia-se que **seguimos à risca o que o edital exige**, NÃO merecendo acolhida o requerimento da RECORRENTE FCS!

.III.

DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA IMAGINE PROPAGANDA EM RELAÇÃO À PONTUAÇÃO DA CONTARRAZOANTE

a) Suposta violação ao princípio da impessoalidade

30. A IMAGINE PROPAGANDA, 5ª colocada, assim como a FCS, se vale de recurso para atacar o processo licitatório e a proposta da NOVA/SB, com argumentos infundados e contraditórios. Sustenta em seu recurso que a NOVA/SB, supostamente, teria descumprido o *briefing* por utilizar em seus textos e estratégia de comunicação publicitária uma fala do atual prefeito, ferindo o princípio da impessoalidade.

31. Eis aqui uma incompreensão grosseira sobre o princípio da impessoalidade ou má-fé por parte da RECORRENTE IMAGINE. **A referida citação se deu tão-somente no raciocínio básico (NÃO nas peças de campanha)** e, especificamente, para descrever as características, funções e papel da Prefeitura de Várzea Grande em relação aos cidadãos (p. 2), em que citação se fez pertinente por evidenciar informações relevantes sobre o Município, portanto, sem qualquer intenção de promover gestores. **Reiteramos: em nenhuma peça de campanha destinada à publicização há menção à pessoa do Prefeito ou mesmo sua gestão pessoal!**

32. Acerca do princípio da impessoalidade, a Constituição Federal de 1988 é clara ao estabelecer em seu art. 37, §1º, que:

> Art. 37 (...) § 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo,

> informativo ou de orientação social, **dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos**.

33. A transcrição do dispositivo evidencia a plena regularidade da campanha concebida pela CONTRARRAZOANTE NOVA/SB, que, repita-se, **em NENHUM momento empregou nas peças de campanha publicizáveis "nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos"**, tampouco o Plano de Comunicação evidencia qualquer intenção, ainda que subliminar, de promover a pessoa do Prefeito.

34. Destarte, evidencia-se que NÃO merece prosperar a alegação da RECORRENTE IMAGINE.

b) Suposta violação ao edital por uso veículos sem tabela de preço

35. O argumento da RECORRENTE IMAGINE repete as infundadas alegações da RECORRENTE FCS em relação à Estratégia de Mídia e Não Mídia da NOVA/SB, já respondidas e afastadas por completa inépcia acima.

36. O entendimento sobre o uso de tabelas de preço por meio de mídias alternativas deve ser avaliado com cautela e visão geral para as constantes atualizações de ferramentas de mídias disponíveis no cenário atual. A dúvida está sendo feita com base nos questionamentos das licitantes e resposta da comissão de licitação sobre o uso de mídias alternativas onde recebemos como resposta "o não uso dos meios de comunicação que não possuem tabelas de preço" conforme já predeterminado no edital. Em nossa defesa, o Push Notification é disseminado por ferramentas de mídia programática e por meio de RTB (Real Time Bidding), permitindo aos anunciantes, no caso a empresa Publya, que ofereçam uma tabela de valores pelo espaço publicitário, ou seja, em plena conformidade com o modelo de precificação solicitado no edital.

37. Reiteramos que a utilização da empresa PUBLYA, especializada em mídia digitais inovadoras, alinha-se justamente com o modelo de precificação preconizado

CA

pelo edital e no seu esclarecimento. A empresa em questão possui tabelas de preços que refletem a complexidade do mercado de publicidade digital. Nossa estratégia não apenas se apoia em tabelas de preços, como também leva em conta a personalização da mensagem para alcançar o público certo de maneira eficiente, consoante se constata da tabela de preços abaixo:

Publya.Redes Socias — **Tabela de Preços - Março 2023**

*Valores calculados com 20% de comissionamento de agência e negociação padrão. Descontos não são aplicados nesses produtos. Valores podem variar conforme dificuldade de entrega do briefing.

Tipo de Mídia	Device	Opções de Mídia -	Tipo de Compra	Valor Tabela
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	R$ 4,90
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 4,12
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	R$ 13,73
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 5,39
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 47,06
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 34,41
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Dounwload de App	CPM	R$ 15,69
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 0,12
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 1,76
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,06
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	R$ 5,88
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 4,94
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	R$ 16,47
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 6,47
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 47,06
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 35,29
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Dounwload de App	CPM	R$ 18,82
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 0,14
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 2,12
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,07
TikTok	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 5,88
TikTok	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 1,67
TikTok	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,10
TikTok	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 29,41
TikTok	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 29,41
Linkedin	Desktop e Mobile	Sponsored in Mail	CPE	R$ 1,57
Linkedin	Desktop e Mobile	Text Ads	CPM	R$ 29,41
Linkedin	Desktop e Mobile	Sponsored Content	CPM	R$ 117,65
Linkedin	Desktop e Mobile	Anúncio para seguidores	CPM	R$ 78,43
Linkedin	Desktop e Mobile	Anúncio em destaque	CPM	R$ 68,63
Twitter	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 1,37
Twitter	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,06
Twitter	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 0,98
Twitter	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 6,39
Twitter	Desktop e Mobile	Conversões	CPC	R$ 1,18
Twitter	Desktop e Mobile	Seguidores	CPM	R$ 29,41
Twitter	Desktop e Mobile	App Install	CPM	R$ 29,41
Pinterest	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 19,61
Pinterest	Desktop e Mobile	Tráfego	CPC	R$ 4,90
Pinterest	Desktop e Mobile	Visualizações	CPV	R$ 0,24
Pinterest	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 39,22
Pinterest	Desktop e Mobile	Vendas de Catálogo	CPM	R$ 39,22

Tabela de Preços
Valores calculados com base na Tabela de Preços de Março 2023, sujeitos a alteração conforme tabela vigente

38. Mais uma vez, conforme a tabela com os preços demonstra, desprovida de qualquer fundamento fático e legal a alegação da RECORRENTE IMAGINE contra a NOVA/SB, NÃO merecendo prosperar.

.IV.

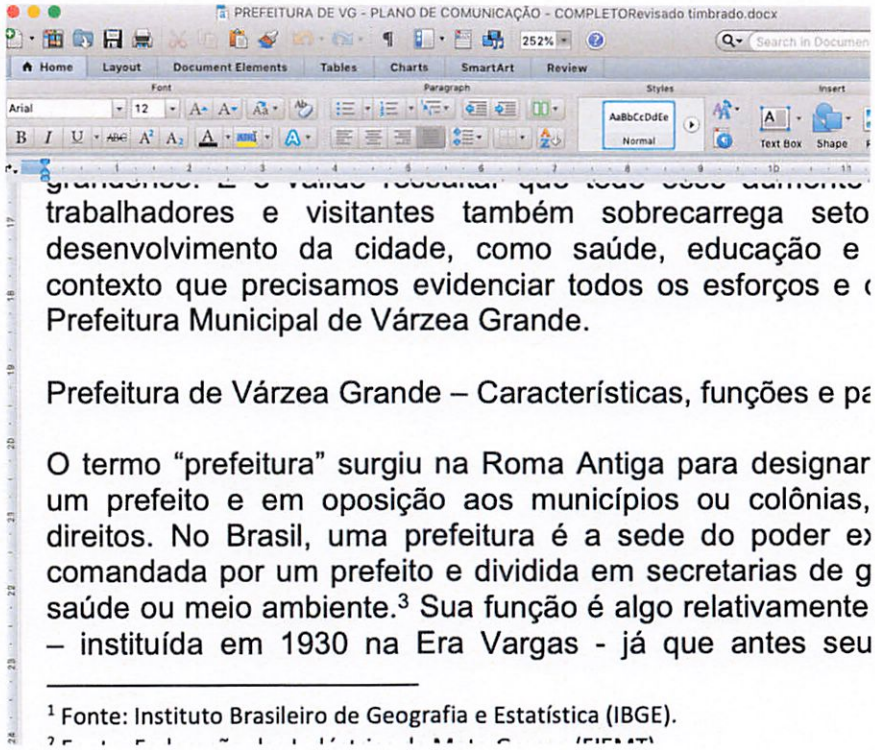
DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA LOGOS PROPAGANDA EM RELAÇÃO À PONTUAÇÃO DA CONTARRAZOANTE

a) Suposta existência de itens em desacordo com o edital

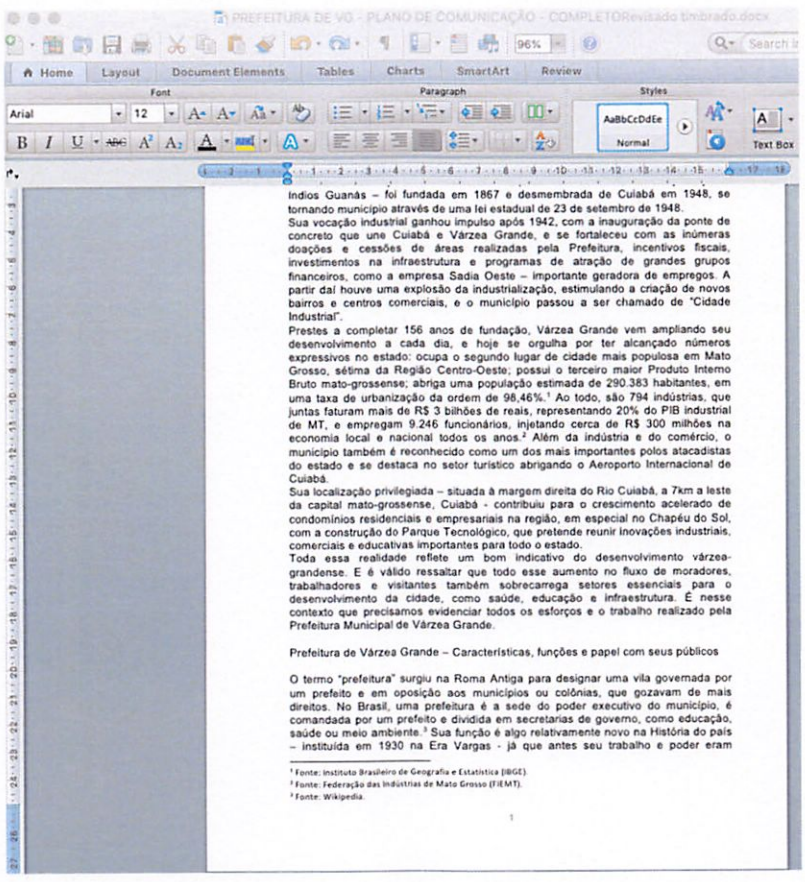
39. Alega a RECORRENTE LOGOS, 6ª colocada, que, no quesito raciocínio básico, a NOVA/SB supostamente teria deixado de cumprir determinação do edital, quanto à utilização de fonte arial tamanho 12 no plano de comunicação publicitária.

40. Alegação absurda da RECORRENTE LOGOS e desprovida de qualquer fundamento e possibilidade de verificação: afinal, teve a RECORRENTE acesso aos arquivos em word para realizar tal afirmação? O material escaneado ou fotografado não apresenta a medida exata de cada elemento textual.

41. De toda forma, os prints a seguir evidenciam o pleno cumprimento do edital pela NOVA/SB (fonte arial, 12):



42. Este é o mesmo texto em fonte arial 12:



43. Por fim, quanto às notas de rodapé, a própria RECORRENTE afirma que não há citações sobre sua proibição no edital. Portanto, não há motivos para alegar que elas não se adequam. Notas de rodapé podem e devem ser utilizadas em qualquer material que se vale de uma formatação formal.

44. Desta feita, NÃO merecem prosperar a alegação da LOGOS contra a NOVA/SB.

b) Suposta falha na estratégia de comunicação publicitária

45. Alega a RECORRENTE LOGOS que a NOVA/SB, na parte dedicada em defender o "como dizer", teria supostamente deixando de apresentar as informações que deverão impactar os públicos definidos em edital.

46. Razão não lhe assiste. Vejamos o que indica o edital:

> **8.2.3.2.** Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:
>
> a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;
>
> b) Proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

47. Portanto, da descrição da Estratégia de Comunicação Publicitária presente no edital, não há especificação acerca do que se tratam as expressões "como dizer", "quando dizer" etc. Cabendo ampla margem de interpretação e redação para as licitantes.

48. A NOVA/SB utilizou expressões, nos termos do edital, para definir detalhes da sua estratégia. Em relação ao "Como dizer", a NOVA/SB fez referência ao "como se expressar", isto é, como conversar com o público-alvo da campanha, como externar o que o conceito indica. Cumprindo, assim, plenamente o que pede o edital.

49. Em suma, não há no edital a previsão de obrigatoriedade de "dizer informações que deverão impactar os públicos", como pretende fazer parecer a RECORRENTE. E muito menos se especifica quais "informações" são essas a que o concorrente se refere. Aliás, essas são interpretações subjetivas da RECORRENTE LOGOS do edital, o que não cabe em face da necessidade de julgamento objetivo.

50. Portanto, a NOVA/SB cumpriu integralmente o que pede o edital, NÃO merecendo acolhida os argumentos infundados e subjetivos apresentados pela LOGOS.

c) Supostas falhas na ideia criativa

51. A RECORRENTE LOGOS traz mais algumas alegações, todas infundadas, em relação à Ideia Criativa da NOVA/SB, quais sejam: i) não teria listado quais peças seriam corporificadas, ii) as peças supostamente não teriam informado os canais de comunicação da Prefeitura; iii) as peças POST PARA INSTAGRAM e PUSH NOTIFICATION supostamente teriam sido apresentadas em tamanho maior que o real, ferindo o item 8.2.3.3.4.

52. No que concerne à alegação de que a NOVA/SB não teria listado quais peças seriam corporificadas há um equívoco por parte da RECORRENTE LOGOS, uma vez que do tópico "Plano de Comunicação", subtópico "Que Meios Utilizar", consta a justificativa de que a campanha será multiplataforma, exemplificando apenas as principais mídias a serem utilizadas, sendo elas: VT 30", SPOT 30", Outdoor, Anúncio, Fullbanner, Post Instagram, Painel Aeroporto, Adesivo para Shopping, Pushing, Letra Caixa, Post de Redes Sociais e Jingle.

53. Ademias, para relacionar as peças existe um tópico exclusivo: "Plano de Comunicação Publicitária – Relação de Peças" (página 9 do Plano de Comunicação), do qual constam os exemplos de peças, isto é, as peças corporificadas, todas listadas e com maiores detalhes sobre elas, sendo **6 peças de cunho obrigatório**, quais sejam: i) VT 30", ii) Spot 30", iii) Anúncio jornal (1 página), iv) Outdoor, v) Post para Instagram e vi) Não Mídia (Display – letra caixa); e outro tópico com **4 exemplos de peças – a critério da licitante**, que são: i) Fullbanner, ii) Mídia em Aeroporto (Painel Estático:

Adesivado), iii) Mídia em Shopping (Adesivo de Porta) e iv) Push Notification (estendido).

54. Além disso, relacionamos 4 peças sugeridas não corporificadas, que são: i) VT 30" (Redes Sociais) para Facebook e Instagram, ii) Tweet Promovido, iii) posts (Redes Sociais) e iv) Jingle 30.

55. Para finalizar, sugerimos a utilização dos 5 dos recursos próprios da Prefeitura de Várzea Grande, sendo eles: i) site: www.varzeagrande.mt.gov.br, ii) Instagram: @prefvarzeagrande, iii) Facebook: facebook.com/varzeagrande, iv) YouTube: youtube.com/prefvarzeagrande e v) Espera telefônica.

56. Com relação à indicação dos canais de comunicação da Prefeitura, a NOVA/SB cita o site, que é o principal canal de comunicação online do governo. Inclusive, o site é indicado no próprio edital como canal para informações da Prefeitura de Várzea Grande.

57. A NOVA/SB optou por inserir o site, uma vez que é o local em que se encontram notícias e outros indicativos de transparência atualizados com frequência sobre o Município e onde também se indicam os outros canais de comunicação do mesmo. Assim, foi possível manter uma mensagem visual mais limpa e fluída, além de mais exata quanto ao recurso que apresenta informações mais precisas sobre a Prefeitura. Mesmo porque, inserir todos os canais de comunicação da Prefeitura em todos os *layouts* poderia deixar a mensagem confusa e dispersar o tráfego do público-alvo nos canais digitais.

58. Com relação à alegação sobre o direcionamento do Push para o site sem defesa de mídia e não mídia, ressaltamos que a inclusão dessa abordagem no plano de mídia e não mídia visa maximizar o engajamento do público-alvo, direcionando-o de maneira direta ao site do cliente.

59. Vale ressaltar que a integração das campanhas de comunicação é impreterível e uma das ações de praxe que a publicação seja feita no site institucional. Em resumo, a

inclusão de Push Notification com link para direcionamento ao site da Prefeitura no plano é justificada pela sua capacidade de engajar, personalizar e direcionar o público-alvo para o site do cliente.

60. Portanto, todos infundados esses argumentos apresentados pela LOGOS contra a NOVA/SB, NÃO merecendo acolhida.

d) Supostas falhas na estratégia de mídia e não mídia

61. A RECORRENTE LOGOS também sustenta a existência de uma suposta vantagem competitiva ao utilizar uma tabela desatualizada do SBT, sustentando que os valores seriam inferiores aos vigentes da data do aviso da publicação.

62. Inicialmente, não há qualquer tabela desatualizada ou vencida, como quer fazer parecer a RECORRENTE. A vigência NOVA/SB apresentou preços da TV SBT Cuiabá que possui vigência de 01 de fevereiro até 31 de dezembro de 2023, portanto, vigente à data da publicação do edital. Portanto, a única "artimanha" é da RECORRENTE LOGOS em fazer confundir os fatos.

63. Abaixo, trazemos à colação uma imagem da tabela, na qual constam a data de vigência e os preços utilizados no Plano de Mídia:

TABELA DE PREÇOS 2023

VIGÊNCIA: 01/02/2023 A 31/12/2023

PRAÇAS:	CUIABÁ		RONDONÓPOLIS		SINOP		NOVA MUTUM		CORTE GERAL	
PROGRAMA	DIA	HORA	GÊNERO	30"	15"	30"	15"	30"	15"	30"	15"
BOM DIA CIDADE	DIG A SEX	06:00	JORNALISMO			929	698				
SBT COMUNIDADE	DIG A SEX	12:00	JORNALISMO	2.579	1.931	929	698	548	699	256	193
PROSA GALPONEIRA - RDO	DOMINGO	06:00	REGIONAL	-	-	671	-	-	-	-	-
NOSSA TURMA	SÁBADO	08:45	INFANTIL	1.218	915	-	-	-	-	-	-
SAÚDE EM DIA	SÁBADO	11:30	SAÚDE	2.465	1.850	-	-	-	-	-	-
HORA DO PESCADOR	SÁBADO	06:15	REPORTAGEM	1.218	915	-	-	-	-	-	-
SBT COMUNIDADE 1ª EDIÇÃO	DIG A SEX	14:20	JORNALISMO	-	-	929	698	-	-	-	-
SBT NOTÍCIAS SINOP	DIG A SEX	18:25	JORNALISMO	-	-	-	-	586	440	-	-
PRIMEIRO IMPACTO	DIG A SEX	06:00	JORNALISMO	676	508	246	186	146	111	93	71
PRIMEIRO IMPACTO	DIG A SEX	07:40	JORNALISMO	676	508	246	186	146	111	93	71
POFOCALIZANDO	DIG A SEX	14:30	SHOW	2.463	1.847	890	669	521	392	194	147
NOVELA TARDE	DIG A SEX	16:00	NOVELA	2.125	1.595	770	579	452	340	236	178
NOVELA NOITE	DIG A SEX	17:30	NOVELA	2.125	1.595	770	579	451	340	236	178
SBT BRASIL	DIG A SAB	18:45	JORNALISMO	4.505	3.380	1.625	1.220	949	713	378	285
NOVELA NOITE 1	DIG A SAB	19:20	NOVELA	2.206	1.656	796	598	468	352	236	178
						1.750	1.314	1.031	767	959	271
PROGRAMA DO RATINHO	DIG A SEX	21:15	AUDITÓRIO	3.014	2.262	1.087	817	637	479	320	241
THE NOITE	DIG A SEX	23:45	AUDITÓRIO	1.992	1.495	720	541	423	318	143	109
OPERAÇÃO MISSQUITA	DIG A SEX	00:45	SHOW	1.060	781	379	285	221	167	97	74
ARENA SBT	SÁBADO	22:30	ESPORTIVO	2.494	1.872	901	677	528	397	187	142
CINE ESPETACULAR	TERÇA	22:15	FILME	3.246	2.436	1.172	880	686	516	366	276
TELA DE SUCESSOS	SEXTA	22:15	FILME	3.171	2.380	1.145	860	670	504	345	260
A PRAÇA É NOSSA	QUINTA	22:15	HUMORÍSTICO	4.006	3.006	1.145	1.085	845	635	367	277
TELA DE SUCESSOS	SEXTA	22:15	FILME	3.171	2.380	1.145	860	670	504	345	260
OPERAÇÃO MISSQUITA	SEXTA	01:00	SHOW	1.021	767	370	278	219	166	91	70
SÁBADO ANIMADO	SÁBADO	06:00	INFANTIL	607	457	222	168	131	100	97	74
SÁBADO SÉRIE	SÁBADO	10:15	SÉRIE	1.983	1.489	717	539	423	317	173	131
CINEMA EM CASA	SÁBADO	14:30	FILME	1.983	1.489	717	539	421	317	173	131
PROGRAMA RAUL GIL	SÁBADO	16:30	AUDITÓRIO	1.983	1.489	717	539	423	317	173	131
BBB OFF BRASIL - CELEBRIDADES	SÁBADO	20:30	REALITY SHOW	3.211	2.410	1.159	871	678	510	220	166
ESQUADRÃO DA MODA	SÁBADO	21:30	REALITY SHOW	3.211	2.410	1.159	871	678	510	220	166
JACK RYAN (SÉRIE SÁBADO)	SÁBADO	01:30	SÉRIE	1.698	1.275	614	462	361	272	171	130
SBT SPORTS	DOMINGO	07:00	ESPORTIVO	1.111	838	397	303	236	178	87	67
						962	723	564	424	765	200
JUARA	DOMINGO	12:45	AUDITÓRIO	3.269	2.453	1.179	886	690	519	398	255

CNPJ: 01 046 390/0002-84
Inscrição Estadual: 13.170.258-0
SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA
Rua Mestre Teodoro Lourenço da Costa
Nº. 25 - Bairro: Alvorada
CEP: 78.048-425 - CUIABÁ - MT

CNPJ: 01.046.390/0001-01
Inscr. Estadual: 13.170.256-4
SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Governador Júlio José de Campos
Nº 919 - Bairro Parque Sagrada Família
CEP: 78 735-330
RONDONÓPOLIS - MT

CNPJ: 37.464.013/0001-21
Inscr. Estadual: 13.682.406-5
SISTEMA DORNER DE COMUNICAÇÃO LTDA - EPP
Rua dos Açaís, 73, Setor Comercial
CEP: 78.550-156
SINOP - MT

CNPJ: 01.556.337/0001-42
EMPRESA MUTUM DE COMUNICAÇÕES LTDA
Av. Das Águias, Nº 108 W
Lot. Aeroporto
CEP: 78450-000
NOVA MUTUM - MT

64. Evidenciada de forma cabal a atualidade e vigência da tabela, ainda que, por exercício, se considerasse uma diferença no valor, ter-se-ia um diferença adicional insignificante, que se somada ao investimento total representaria menos de 1% (por cento) do total investido, o que sequer merece ser levado em consideração. Nos termos do *briefing*: o orçamento total disponível é de R$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais). Ou seja, por orçamento entenda-se: esmo, conjectura, cálculo, cômputo, avaliação, estimativa (Dicio.com.br). Logo se conclui, que não se pode conjecturar que não cumprimos com o definido no edital em relação à verba do exercício, até mesmo conforme os princípios da razoabilidade e do formalismo moderado, amplamente reconhecido pela jurisprudência pátria e o Eg. Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso.[2]

65. Inclusive, vale o registro de que a mesma RECORRENTE LOGOS, em sua estratégia de mídia, utilizou-se de valores de uma tabela negociada para os veículos "Rádio Gazeta" e "Jornal a Gazeta". No primeiro veículo, "Rádio Gazeta", o valor real com tabela cheia alcança o valor de R$ 22.212,00, extrapolando R$ 12.024,00, em relação à sua proposta. No que concerne ao segundo veículo, "Jornal a Gazeta", pasmem!, o valor real de tabela cheia atinge R$ 276.300,00, extrapolando R$ 280.987,50 (mais de 2/3 do valor total do *briefing*), constatar podemos conferir na tabela abaixo:

---

[2] LICITAÇÃO. PROCEDIMENTO. INABILITAÇÃO/DESCLASSIFICAÇÃO DE PROPOSTAS. FORMALISMO MODERADO. CONVALIDAÇÃO DE FALHAS FORMAIS. INTERESSE PÚBLICO. 1) A existência de falhas meramente formais cometidas pelos licitantes, que possam ser supridas por informações já disponibilizadas ou pela realização de diligências, e que não repercutam concretamente, não autoriza a inabilitação ou a desclassificação de propostas. 2) **Na realização de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados, não significando desmerecimento ao princípio da vinculação ao instrumento convocatório (art. 41, caput, Lei 8.666/1993)**. 3) De forma a preservar o interesse público, é possível, em caráter excepcional, convalidar medidas irregulares como a desclassificação inadequada de licitante com base em falhas meramente formais que possam ser sanadas, relativizando-se o princípio da vinculação ao edital. (TOMADA DE CONTAS. Relator: JAQUELINE JACOBSEN MARQUES. Acórdão 91/2020 - TRIBUNAL PLENO. Julgado em 19/05/2020. Publicado no DOC/TCE-MT em Processo 104345/2019). (Divulgado no Boletim de Jurisprudência, Ano: 2020, nº 65, abr/mai/2020).

LOGOS PROPAGANDA – Campanha: Grande no nome, gigante no desenvolvimento.

- Uso de tabela negociada da Rádio Gazeta e Jornal A Gazeta.

RESUMO MÍDIA: MEIO, VEÍCULO, PERÍODO, INSERÇÕES, VALOR INVESTIMENTO

MEIO	Veículo	Praça	Peça	Nº Inserções	Valor Bruto	%
	Período:			03 a 08, 15 a 29/05/2023		
Rádio	Band 101,1 FM	Cuiabá / Várzea Grande	Spot - 30"	44	R$ 5.466,00	1,71%
	Cidade	Cuiabá / Várzea Grande		56	R$ 10.166,00	3,19%
	Jovem Pan	Cuiabá / Várzea Grande		44	R$ 8.556,00	2,68%
	Verdão	Cuiabá / Várzea Grande		16	R$ 8.204,00	2,57%
Total Rádio				160	R$ 34.392,00	10,79%

Rádio Gazeta

Valor real com tabela cheia: R$ 22.212,00

Extrapolando: R$ 12.024,00

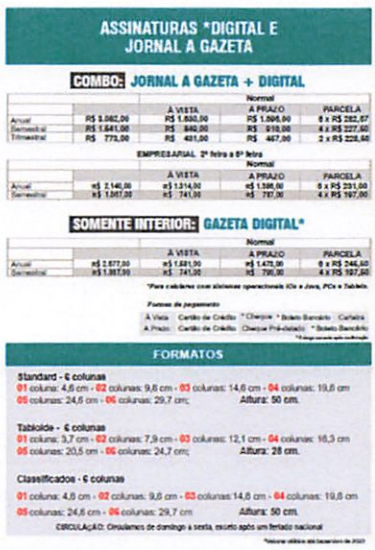
MEIO	Veículo	Praça	Peça	13	R$ 35.460,00	11,13%
Impresso	Período:			Nº Inserções	Valor Bruto	%
	Jornal A Gazeta	Cuiabá/ Várzea Grande	Anúncio Jornal	15/05/2023		
Total Jornal				1	R$ 17.624,50	5,49%
TOTAL GERAL				1	R$ 17.624,50	5,49%

Jornal A Gazeta:

Valor real com tabela cheia: R$ 276.300,00

Extrapolando: R$ 258.775,50

Valor total extrapolado: R$ 280.987,50



66. Os fatos relativos à extrapolação da RECORRENTE LOGOS só demonstram a má-fé da mesma ao envidar todos os meios para acusar outras licitantes dos vícios que a própria cometeu.

67. Por todo exposto, evidente que NÃO merecem prosperar quais das alegações da RECORRENTE LOGOS.

.V.

DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA SOUL PROPAGANDA EM RELAÇÃO À VALIDADE E LISURA DO CERTAME

a) Supostos vícios de procedimento na fase de julgamento das propostas técnicas

68. A RECORRENTE SOUL PROPAGANDA, 7ª colocada no julgamento das propostas técnicas, alega suposta existência de vícios procedimentais aptos a justificar uma revogação do certame. Razão não lhe assiste, conforme passamos a demonstrar.

69. Os julgadores da presente licitação subscreveram seus apontamentos para cada um dos quesitos de julgamento com suas justificativas. Este importante ponto foi desconsiderado pela RECORRENTE, com vistas a tentar construir suas argumentações.

70. Ademais, entenda-se que a avaliação de uma campanha publicitária é permeada de um amplo grau de subjetividade inerente ao julgamento de uma obra artística ou criativa. Isso, contudo, não significa violação ao princípio do julgamento objetivo, desde que seja preservado o sigilo das propostas. Assim, evita-se que a subjetividade do julgamento da comissão técnica ou a preferência pessoal do julgador com relação a licitantes A ou B possam interferir no julgamento das propostas. O próprio Eg. Tribunal de Contas da União, no Acordão 654/2007, já se manifestou nesse sentido:

> Não há como afastar, *in totum*, a subjetividade em um processo de contratação de publicidade, do tipo "melhor técnica". O que se está julgando é uma atividade artística, intelectual, inalcançável por métrica, peso ou outra forma de enlaço tangível, material. Talvez a única manifestação da arte, ajustável por régua e compasso, seja o verso parnasiano, na forma que lhe empresta o poeta. Mas essa é uma discussão que transborda os limites do presente processo.
>
> Nesse ínterim, de dificuldades de toda magnitude na avaliação de propostas em que eu diria ser improvável, senão impossível, afastar terminantemente a matiz da subjetividade, entendo escorreito o procedimento alternativo elaborado pela Petrobras, de aplicação de maior grau de impessoalidade no julgamento de matéria intrinsecamente subjetiva, qual seja, uma peça publicitária e suas estratégias de alcance do público, afastando a possibilidade de que preferências pessoais dos julgadores com relação a licitantes A ou B possam interferir no julgamento das propostas. Assim, por meio do mecanismo implementado pela empresa, a autoria da proposta sob julgamento da Comissão seria inominada, com a identificação sendo processada somente *a posteriori* das notas. Procurou-se, com isso, arrostar o problema da subjetividade, aliando ao princípio da

> impessoalidade o dever da imparcialidade, a elidir a possibilidade de haver direcionamento na contratação.
>
> A presença de subjetivismo em avaliações como as da concorrência em tela, dada a natureza do objeto, bem assim a possível continuidade do certame, indicam que a Corte Maior de Contas não está sacrificando um princípio (julgamento objetivo) em favor de outros (impessoalidade, igualdade e vinculação ao instrumento convocatório), mas sim que, no exercício de sua competência constitucional, o TCU está exercendo as prerrogativas do controle externo objetivamente no alcance do interesse público, estabelecendo limitações recíprocas entre os princípios, de modo a mitigar o esvaziamento de qualquer um deles.

71. Extrai-se do julgado acima colacionado que se deve prestigiar o julgamento feito pela Subcomissão desta licitação, eis que, além de obedecer aos critérios estabelecidos pelo edital, o resultado do julgamento pautou-se pelos princípios da impessoalidade e da imparcialidade, a elidir a possibilidade de haver direcionamento na contratação, diante do sigilo das propostas.

72. No presente caso, o que se percebe, da análise do recurso da SOUL, é a tentativa reiterada da RECORRENTE de desestimar as notas atribuídas pela ST a outras licitantes, na tentativa dela de anular a licitação, uma vez que ficou apenas na 8ª colocação.

73. De fato, a RECORRENTE limita-se, ao longo de boa parte de seu recurso, a comparar a justificativa final feito pela Subcomissão Técnica a respeito das licitantes que estão à sua frente na classificação técnica.

74. As notas atribuídas pelos julgadores revelam suas percepções sobre os trabalhos analisados, que muitas vezes não podem ser expressados em palavras. Assim, não se pode concluir que toda a nota atribuída pelos membros das comissões se resuma ao "comentários finais" feitos no ANEXO.

75. À toda evidência, o julgamento das propostas foi feito com absoluto respeito à exigência de sigilo das propostas. Como se pode verificar, após a divulgação do

resultado, os licitantes observaram, em suas propostas não identificadas, todos os parâmetros exigidos pelo Edital. Não havia qualquer tipo de marca ou diferencial nas propostas que pudesse denunciar a autoria das propostas antes da abertura das vias identificadas.

.VI.

DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA TIS PROPAGANDA EM RELAÇÃO À PONTUAÇÃO DA CONTARRAZOANTE, VALIDADE E LISURA DO CERTAME

a) Suposta violação ao princípio da impessoalidade

76. A TIS PROPAGANDA, 8ª colocada e desclassificada, se vale de recurso para atacar o processo licitatório e a proposta da NOVA/SB, com argumentos infundados e contraditórios. Sustenta em seu recurso que a NOVA/SB teria violado o princípio da impessoalidade ao trazer trecho da fala do Prefeito em sua proposta.

77. Conforme já ressaltamos anteriormente, razão não assista à RECORRENTE TIS e seu argumento beira a total ignorância do tema ou má-fé. **A referida citação se deu tão-somente no raciocínio básico e NÃO na campanha**, quando da descrição das características, funções e papel com seus públicas da Prefeitura de Várzea Grande (p. 2), em que citação se fez pertinente por evidenciar informações relevantes sobre o Município. **Reiteramos que em nenhuma peça de campanha destinada à publicização há menção à pessoa do Prefeito ou mesmo sua gestão. Tampouco o Plano de Comunicação evidencia qualquer intenção, ainda que subliminar, de promover a pessoa do Prefeito!**

78. O conteúdo do princípio da impessoalidade está explicitado no art. 37, §1º, da Constituição Federal de 1988, que estabelece:

> Art. 37 (...) § 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, **dela não podendo constar**

nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

79. A transcrição do dispositivo evidencia a plena regularidade da campanha concebida pela CONTRARRAZOANTE NOVA/SB, que, repita-se, **em NENHUM momento empregou nas peças de campanha publicizáveis "nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos"**. Destarte, NÃO merece prosperar a alegação da RECORRENTE IMAGINE.

b) Supostos vícios de procedimento na fase de julgamento das propostas técnicas

80. RECORRENTE TIS PROPAGANDA, diante da sua justa desclassificação e pontuação reduzida em razão dos vícios de sua proposta técnica, apela, sem qualquer fundamento razoável, para anulação do certame.

81. Tal postura, diante de desclassificação e posição, e com esteio nos mesmo argumentos que apontamos em relação ao recurso da RECORRENTE SOUL, revela o intuito de perturbar ao andamento do processo licitatório, NÃO merecendo acolhida.

.VII.
DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA GENIUS PUBLICIDADE EM RELAÇÃO À SUA RECLASSIFICAÇÃO E MAJORAÇÃO DE NOTA

a) Suposta irregularidade na ideia criativa

82. A RECORRENTE GENIUS, ao pleitear sua reclassificação e majoração de nota, questiona a pontuação da Ideia Criativa da DMD e NOVA/SB, apontando suposta quebra de isonomia. Consoante passamos a demonstrar, razão não assiste à GENIUS, uma vez que trata-se de situações completamente distintas.

83. De início, verifica-se que a desclassificação da GENIUS se deu porque: i) além de não aplicar a logo da Prefeitura de Várzea Grande, ii) a RECORRENTE

descaracterizou a logo na peça Reels para Instagram e iii) também não assinou as peças que indicou que assinaria na defesa. Portanto, erros gravíssimos e reiterados por parte da GENIUS.

84. Tais irregularidades em nada se confundem com a Ideia Criativa da NOVA/SB, como força a RECORRENTE. A NOVA/SB recebeu redução de nota em sua Ideia Criativa na peça *push notification*. **Todavia, a logo da Prefeitura de Várzea Grande aparece já no avatar da notificação, conforme o *mockup* de *push notification* abaixo colacionado**:

85. Ademais, a NOVA/SB cita na mesma peça o site que é o principal canal de comunicação online do governo. Vale ressaltar que o propósito do *push* é atrair a atenção, como um *teaser*, convidando a pessoa a acessar o site sugerido e saber mais informações sobre o município. Além disso, em razão do formato da peça, a inclusão de outros elementos descaracterizaria a marca, além de dificultar a leitura, excedendo os elementos visuais.

86. Portanto, evidenciada a completa distinção das situações, bem como a proporcionalidade e razoabilidade nas avaliações da Subcomissão ao descontar pontos da NOVA/SB. Ressalta-se que a RECORRENTE GENIUS foi reincidente por 3 vezes em erros graves em relação à não utilização, descaracterização de logo e ausência de

assinatura das peças, o que não se deu em relação às demais licitantes. Inclusive, é sabido por qualquer agência de publicidade que toda peça publicitária deve conter a assinatura do cliente, sob pena de descaracterização.

87. Por todo exposto, evidente que NÃO merecem prosperar as alegações da GENIUS.

.VIII.
DAS IMPROCEDENTES ALEGAÇÕES DA ZIAD FARES PUBLICIDADE EM RELAÇÃO À PONTUAÇÃO DA CONTARRAZOANTE, VALIDADE E LISURA DO CERTAME

a) Suposta violação ao princípio da impessoalidade

88. Por fim, a RECORRENTE ZIAD FARES PUBLICIDADE, 13ª colocada e desclassificada, interpõe recurso para requerer a desclassificação das licitantes DMD, COMPANY, NOVA/SB, bem como a anulação do presente certame por suposta quebra de isonomia. Conforme passamos a demonstrar, mais um recurso de quem, em razão de justa desclassificação, visa apenas obstar o justo prosseguimento do certame.

89. A campanha "VG no Pique" da RECORRENTE ZIAD foi desclassificada por utilizar em seu texto uma campanha voltada para Propaganda da gestão, fugindo do *briefing* e desrespeitando o princípio da impessoalidade. Além do péssimo e "marqueteiro" slogan "**é obra, é obra, é obra**", a RECORRENTE: i) utilizou o termo "gestão", ii) faz propagando de "KMs de asfalto novo" e iii) exaltou obras entregues pela "Prefeitura" nas próprias peças, explicitando ainda mais a violação ao princípio da impessoalidade.

90. Nos trechos extraídos do Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária da campanha "VG no Pique" da RECORRENTE ZIAD (p. 4 e 6), fica evidente a gravíssima afronta ao princípio da impessoalidade, uma vez que a menção a obras visa apenas promover a gestão atual, fugindo do caráter educativo, informativo ou de orientação social preconizado na Constituição Federal. Vejamos:

Esses são só alguns exemplos do trabalho da Prefeitura de VG em diversas frentes. O resultado está em todo o lugar: é obra, é obra, é obra! E é fundamental para manter o pique de desenvolvimento que a cidade tem e terá. Ao celebrar os 156 anos do município, a Prefeitura de VG deve destacar o comprometimento e a dedicação da sua gestão atual para promoção do desenvolvimento da cidade e na melhoria da qualidade de vida de seus habitantes. Deve-se dar publicidade aos cidadãos de Várzea Grande sobre as conquistas e realizações da Administração Municipal nos últimos anos como a celebração de um presente e um futuro melhores.

"É obra, é obra, é obra" para representar, em ritmo e grandeza, as entregas da atual gestão da Administração Municipal, que seja com quilômetros de asfalto ou melhor atendimento médico, vem imprimindo um volume histórico de investimentos e resultados.

Ou seja, o mote dá a possibilidade de um grande leque de interpretações e desdobramentos positivos para a comunicação publicitária, em diversas frentes de atuação da Prefeitura, sempre mostrando um trabalho consistente e de resultados da Administração. Além disso, é de fácil entendimento e aplicação em qualquer meio de comunicação.

91. Esse intuito promoção da gestão atual fica evidente nas peças, que utilizam o "**é obra, é obra, é obra**" e se limitam a fazer marketing de KMs de asfalto novo e obras. Vejamos:

92. O conteúdo do princípio da impessoalidade está explicitado no art. 37, §1º, da Constituição Federal de 1988, que estabelece:

> Art. 37 (...) § 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos **deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social**, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

93. **A campanha "VG no Pique" da RECORRENTE ZIAD realiza marketing de obras públicas sem qualquer caráter educativo, informativo ou de orientação social, visando apenas promover a gestão atual (isto é, os gestores)**. Tal conduta, mais do que ferir o princípio da publicidade – o que por si só merece desclassificação – **poderia configurar improbidade, com sérias consequências aos gestores pública**.

94. A esse propósito, o STF, no RE 191.668-1 – RS, RE. Min. Menezes Direito, reputou inconstitucional a inclusão de slogan (Administração Popular) na publicidade dos atos da Administração Pública, em acórdão assim ementado:

> PUBLICIDADE DE ATOS GOVERNAMENTAIS. PRINCÍPIO DA IMPESSOALIDADE. ART. 37, PARÁGRAFO 1º, DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL. 1. O caput e o parágrafo 1º do artigo 37 da Constituição Federal impedem que haja qualquer tipo de identificação entre a publicidade e os titulares dos cargos alcançando os partidos políticos a que pertençam. **O rigor do dispositivo constitucional que assegura o princípio da impessoalidade vincula a publicidade ao caráter educativo, informativo ou de orientação social é incompatível** com a menção de nomes, símbolos ou imagens, **aí incluídos slogans, que caracterizem promoção pessoal ou de servidores públicos**. A **possibilidade de vinculação do conteúdo da divulgação com o partido político a que pertença o titular do cargo público mancha o princípio da impessoalidade e desnatura o caráter educativo, informativo ou de orientação que constam do comando posto pelo constituinte dos oitenta**. 2. Recurso extraordinário desprovido.

95. Portanto, correta e justa a desclassificação da RECORRENTE ZIAD!

96. Com relação à NOVA/SB, a RECORRENTE ZIAD sustenta em seu recurso que a agência teria violado o princípio da impessoalidade ao utilizar as expressões "atual gestão" e "Prefeitura de VG" no Plano de Comunicação. Ocorre que em nenhum momento tais expressões foram utilizadas no intuito de realizar marketing

97. Conforme já ressaltamos anteriormente, tal argumento beira a total ignorância do tema ou má-fé. **A referida citação se deu tão-somente no raciocínio básico e NÃO na campanha**, quando da descrição das características, funções e papel com seus públicas da Prefeitura de Várzea Grande (p. 2), em que citação se fez pertinente por evidenciar informações relevantes sobre o Município. **Reiteramos que em nenhuma peça de campanha destinada à publicização há menção à pessoa do Prefeito ou mesmo sua gestão!**

98. Repita-se, **em NENHUM momento a NOVA/SB empregou nas peças de campanha publicizáveis slogans, nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção da gestão ou gestores** - como no slogan adotado pela RECORRENTE ("é obra, é obra, é obra") e marketing de obras sem qualquer caráter educativo, informativo ou de orientação social.

99. Destarte, verifica-se a completa distinção entra as campanhas, não merecendo prosperar o pleito da RECORRENTE ZIAD.

nova/sb

.IX.

DOS PEDIDOS

Diante de tudo ora exposto, demonstrada de formal cabal a lisura desta CONCORRÊNCIA, **a NOVA/SB requer o desprovimento de todos os recursos administrativos interpostos**, mantendo-se integralmente: **i) o regular e justo andamento do certame e ii) a sua pontuação e a classificação na segunda colocação.**

Nestes termos,

Pede Deferimento.

Cuiabá/MT, 24 de agosto de 2023

Célia Alves

CÉLIA REGINA BARBOSA ALVES

Célia Alves
Diretoria
Nova/SB Comunic. Ltda

publya
Mídia Programática

Publya.Redes Socias **Tabela de Preços - Março 2023**

*Valores calculadaos com 20% de comissionamento de agência e negociação padrão. Descontos não são aplicados nesses produtos. Valores podem variar conforme dificuldade de entrega do briefing.

Tipo de Mídia	Device	Opções de Mídia -	Tipo de Compra	Valor Tabela
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	R$ 4,90
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 4,12
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	R$ 13,73
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 5,39
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 47,06
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 34,41
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Dounwload de App	CPM	R$ 15,69
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 0,12
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 1,76
Facebook Ads (pos. automático)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,06
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visitas ao Estabelecimento	CPM	R$ 5,88
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 4,94
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPMA	R$ 16,47
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 6,47
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 47,06
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 35,29
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Dounwload de App	CPM	R$ 18,82
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 0,14
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 2,12
Facebook Ads (pos. manual)	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,07
TikTok	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 5,88
TikTok	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 1,67
TikTok	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,10
TikTok	Desktop e Mobile	Geração de Cadastro	CPM	R$ 29,41
TikTok	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 29,41
Linkedin	Desktop e Mobile	Sponsored in Mail	CPE	R$ 1,57
Linkedin	Desktop e Mobile	Text Ads	CPM	R$ 29,41
Linkedin	Desktop e Mobile	Sponsored Content	CPM	R$ 117,65
Linkedin	Desktop e Mobile	Anúncio para seguidores	CPM	R$ 78,43
Linkedin	Desktop e Mobile	Anúncio em destaque	CPM	R$ 68,63
Twitter	Desktop e Mobile	Envolvimento	CPE	R$ 1,37
Twitter	Desktop e Mobile	Visualização de Vídeo	CPV	R$ 0,06
Twitter	Desktop e Mobile	Tráfego para o Site	CPC	R$ 0,98
Twitter	Desktop e Mobile	Alcance	CPM	R$ 6,39
Twitter	Desktop e Mobile	Conversões	CPC	R$ 1,18
Twitter	Desktop e Mobile	Seguidores	CPM	R$ 29,41
Twitter	Desktop e Mobile	App Install	CPM	R$ 29,41
Pinterest	Desktop e Mobile	Reconhecimento	CPM	R$ 19,61
Pinterest	Desktop e Mobile	Tráfego	CPC	R$ 4,90
Pinterest	Desktop e Mobile	Visualizações	CPV	R$ 0,24
Pinterest	Desktop e Mobile	Conversões	CPM	R$ 39,22
Pinterest	Desktop e Mobile	Vendas de Catálogo	CPM	R$ 39,22

Tabela de Preços

Valores calculados com base na Tabela de Preços de Março 2023, sujeitos a alteração conforme tabela vigente

PUBLYA LTDA - CNPJ: 18.175.431/0001-54 - www.publya.com - (48) 3025-7221
Rodovia José Carlos Daux - 500 - Sala 302 - Edifício Techno Towers - Florianópolis - SC - CEP 88030-000

CA

TABELA DE PREÇOS 2023

PREÇOS EM REAIS, VÁLIDOS A PARTIR DE JANEIRO - 2023

SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA - C.N.P.J. 01.046.390/0002-84 - I.E: 13.170.258-0
END.: RUA MESTRE TEODORO LOURENÇO DA COSTA Nº 25, CONSIL, CUIABÁ-MT - CEP.: 78048-425 FONE: (65) 3028-9750

VIGÊNCIA: 01/02/2023 A 31/12/2023

			PRAÇAS:	CUIABÁ		RONDONÓPOLIS		SINOP		NOVA MUTUM		CORTE GERAL	
PROGRAMA	DIA	HORA	GÊNERO	30"	15"	30"	15"	30"	15"	30"	15"	30"	15"
BOM DIA CIDADE	SEG A SEX	06:00	JORNALISMO			929	698						
SBT COMUNIDADE	SEG A SEX	11:00	JORNALISMO	2.573	1.931	929	698	543	409	256	193	4.516	3.392
PROSA GALPONEIRA - ROO	DOMINGO	08:00	REGIONAL	–	–	671	–	–	–	–	–	–	–
NOSSA TURMA	SÁBADO	08:45	INFANTIL	1.218	915	–	–	–	–	–	–	–	–
SAÚDE EM DIA	SÁBADO	11:30	SAÚDE	2.465	1.850	–	–	–	–	–	–	–	–
HORA DO PESCADOR	SÁBADO	08:30	REPORTAGEM	1.218	915	–	–	–	–	–	–	–	–
SBT COMUNIDADE 2ª EDIÇÃO	SEG A SEX	18:20	JORNALISMO	–	–	929	698	–	–	–	–	–	–
SBT NOTICIAS SINOP	SEG A SEX	18:20	JORNALISMO	–	–	–	–	585	440	–	–	–	–
PRIMEIRO IMPACTO	SEG A SEX	05:00	JORNALISMO	676	508	246	186	146	111	93	71	1.146	861
PRIMEIRO IMPACTO	SEG A SEX	07:00	JORNALISMO	676	508	246	186	146	111	93	71	1.146	861
FOFOCALIZANDO	SEG A SEX	14:20	SHOW	2.463	1.847	890	669	521	392	194	147	4.053	3.041
NOVELA TARDE	SEG A SEX	16:00	NOVELA	2.125	1.595	770	579	451	340	236	178	3.567	2.677
NOVELA NOITE	SEG A SEX	17:30	NOVELA	2.125	1.595	770	579	451	340	236	178	3.567	2.677
SBT BRASIL	SEG A SÁB	18:45	JORNALISMO	4.505	3.380	1.625	1.220	949	713	378	285	7.442	5.583
NOVELA NOITE 1	SEG A SÁB	19:30	NOVELA	2.206	1.656	796	598	468	352	236	178	3.691	2.770
NOVELA NOITE 2	SEG A SEX	20:30	NOVELA	4.849	3.638	1.750	1.314	1.021	767	359	271	7.964	5.974
PROGRAMA DO RATINHO	SEG A SEX	21:15	AUDITÓRIO	3.014	2.262	1.087	817	637	479	320	241	5.043	3.784
THE NOITE	SEG A SEX	23:45	AUDITÓRIO	1.992	1.495	720	541	423	319	143	109	3.263	2.449
OPERAÇÃO MESQUITA	SEG A SEX	00:45	SHOW	1.040	781	373	285	221	167	97	74	1.721	1.292
ARENA SBT	SEGUNDA	22:30	ESPORTIVO	2.494	1.872	901	677	528	397	187	142	4.095	2.936
CINE ESPETACULAR	TERÇA	22:15	FILME	3.246	2.436	1.172	880	686	516	366	276	5.094	4.093
TELA DE SUCESSOS	SEXTA	22:15	FILME	3.171	2.380	1.145	860	670	504	345	260	5.316	3.988
A PRAÇA É NOSSA	QUINTA	22:15	HUMORÍSTICO	4.006	3.006	1.145	1.085	845	635	367	277	6.286	4.716
TELA DE SUCESSOS	SEXTA	22:15	FILME	3.171	2.380	1.145	860	670	504	345	260	5.316	3.988
OPERAÇÃO MESQUITA	SEXTA	01:00	SHOW	1.021	767	370	279	219	166	91	70	1.686	1.266
SÁBADO ANIMADO	SÁBADO	06:00	INFANTIL	607	457	222	168	131	100	97	74	1.042	783
SÁBADO SÉRIE	SÁBADO	13:15	SÉRIE	1.983	1.489	717	539	421	317	173	131	3.279	2.461
CINEMA EM CASA	SÁBADO	14:30	FILME	1.983	1.489	717	539	421	317	173	131	3.279	2.461
PROGRAMA RAUL GIL	SÁBADO	16:30	AUDITÓRIO	1.983	1.489	717	539	421	317	173	131	3.279	2.461
BAKE OFF BRASIL - CELEBRIDADES	SÁBADO	20:30	REALITY SHOW	3.211	2.410	1.159	871	678	510	220	166	5.253	3.941
ESQUADRÃO DA MODA	SÁBADO	21:30	REALITY SHOW	3.211	2.410	1.159	871	678	510	220	166	5.253	3.941
JACK RYAN (SÉRIE SÁBADO)	SÁBADO	01:00	SÉRIE	1.698	1.275	614	462	361	272	171	130	2.829	2.123
SBT SPORTS	DOMINGO	07:00	FUTEBOL	1.111	838	397	303	236	178	87	67	1.821	1.367
DOMINGO LEGAL	DOMINGO	10:00	AUDITÓRIO	2.668	2.002	962	723	564	424	265	200	4.444	3.334
ELIANA	DOMINGO	13:45	AUDITÓRIO	3.269	2.453	1.179	886	690	519	338	255	5.461	4.097
PROGRAMA SILVIO SANTOS	DOMINGO	19:00	AUDITÓRIO	4.702	3.528	1.695	1.273	991	745	487	367	7.860	5.896
SESSÃO MEIA NOITE	DOMINGO	23:00	FILME	2.304	1.729	834	627	488	367	162	123	3.773	2.831
QUEM NÃO VIU VAI VER	DOMINGO	00:30	SÉRIE	2.304	1.729	834	627	488	367	162	123	3.773	2.831
ROTATIVO	SEG A DOM	–	–	1.855	1.392	671	505	394	297	276	209		
PROGRAMETE 2'00"	SOB CONSULTA*			8.810		3.175		1.855		1.300		15.125	
PROGRAMETE 3'00"	SOB CONSULTA*			12.332		4.443		2.597		1.818		21.173	
MERCHANDISING 60"													
SBT COMUNIDADE	SEG A SEX	11:00	JORNALISMO	5.141		1.853,00		1081,00		507,00			
BOM DIA CIDADE	SEG A SEX	06:00	JORNALISMO			1.853,00							
SBT COMUNIDADE 2ª EDIÇÃO	SEG A SEX	18:20	JORNALISMO	–		1.853,00		–		–		-	
NOSSA TURMA	SÁBADO	08:45	INFANTIL	2.241		–		–		–		-	
SAÚDE EM DIA	SÁBADO	-	SÁUDE	5.005		–		–		–		-	

PROGRAMAS TERCEIRIZADOS / FORMATOS DIFERENCIADOS VENDA SOB CONSULTA. CONVERSÃO DA TABELA PARA 15", 45", 60" E 120" SÃO: 0,75, 1,5, 2,0 E 4,0 DO VALOR DA INSERÇÃO DE 30 SEGUNDOS. PROGRAMAÇÃO SUJEITA A ALTERAÇÃO SEM AVISO PRÉVIO.

CNPJ: 01 046 390/0002-84
Inscrição Estadual: 13.170.258-0
SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA
Rua Mestre Teodoro Lourenço da Costa
Nº. 25 - Bairro: Alvorada
CEP: 78.048-425 - CUIABÁ - MT

CNPJ: 01.046.390/0001-01
Inscr Estadual. 13.170.256-4
SISTEMA RONDON DE COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Governador Júlio José de Campos
Nº 919 - Bairro Parque Sagrada Família
CEP: 78 735-330
RONDONÓPOLIS - MT

CNPJ: 37.464.013/0001-21
Inscr. Estadual: 13.692.408-5
SISTEMA DORNER DE COMUNICAÇÃO LTDA - EPP
Rua dos Açaís, 73, Setor Comercial
CEP: 78.550-156
SINOP MT

CNPJ: 01.556.337/0001-42
EMPRESA MUTUM DE COMUNICAÇÕES LTDA
Av. Das Aguias, Nº 108 W
Lot. Aeroporto
CEP: 78450-000
NOVA MUTUM MT

Ruth Semiramys.
RUTH SEMIRAMYS

GRUPO DORNER

sbt

CUIABÁ
RONDONÓPOLIS
SINOP
NOVA MUTUM

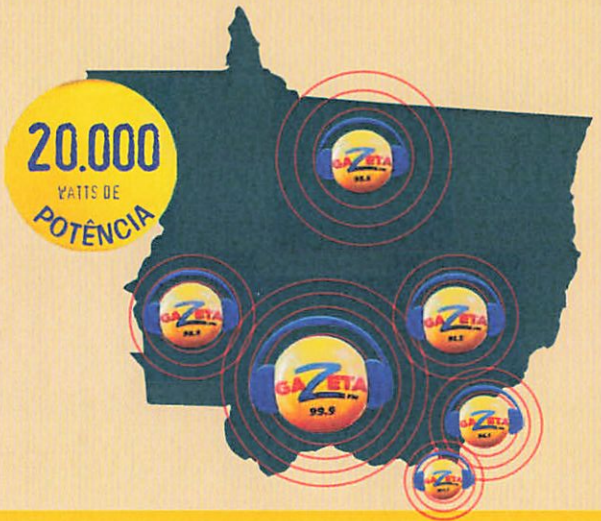
GAZETA FM 99.9

Há 19 ANOS a mais ouvida CONSECUTIVOS

brangências - Praças Cuiabá

Cuiabá - Várzea Grande - Chapada dos Guimarães - Nossa Senhora do Livramento - Santo Antônio do Leverger
arão de Melgaço - Jangada - Acorizal - Rosário Oeste - Nobres - Campo Verde - Poconé - Nova Brasilândia -
nalto da Serra - Diamantino - Alto Paraguai - Nova Mutum

MUITO MAIS ALCANCE E QUALIDADE



Grupo Gazeta de comunicação

GAZETA FM 99.9

Departamento Comercial Gazeta FM Cuiabá
Rua Profª. Tereza Lobo, 30 - Consil - CEP: 78048-670 - Cuiabá/MT
Telefone: (65) 3612-6139
com.fm@gazetadigital.com.br
www.gazetafmcuiaba.com.br

GAZETA FM 99.9

TABELA DE PREÇOS
2023

LÍDER DE AUDIÊNCIA EM TODAS AS PESQUISA

Grupo Gazeta de comunicação

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R$ 424,00	R$ 617,00	R$ 1.148,00	R$ 1.290,00	R$ 1.994,00
Determinação	R$ 626,00	R$ 847,00	R$ 1.528,00	R$ 1.696,00	R$ 2.477,00
Madrugada	R$ 284,00	R$ 408,00	R$ 709,00	R$ 750,00	R$ 1.108,00
Eventos	R$ 594,00	R$ 909,00	R$ 1.222,00	R$ 1.508,00	R$ 3.311,00

Para determinação em programas, aplicar 30% de acréscimo para o período das 06h59 às 18h59.
Para testemunhal ao vivo, aplicar 100% de acréscimo sobre o valor da secundagem, caso o testemunhal seja em programa determinado, aplicar 30% de acréscimo.
Os valores do rotativo são para veiculação das 06h às 23h59.
Os valores do determinado são para veiculação no período das 06h59 às 18h59.
Os valores da madrugada são para veiculação das 00h às 5h59.

BLITZ LEGAL

Van da Gazeta FM + Grupo de 4 Promotoras + Locutor ao vivo durante a programação.

- 5 chamadas/dia da Blitz, de Domingo a Sexta, 15" rotativo, com citação do patrocinador.
- 5 flashes no dia do evento, todos com citação do nome e telefone da empresa.
- O cliente poderá colocar no local do evento um banner da sua empresa.

BENEFÍCIO COMERCIAL - 20 chamadas de 30" do cliente.
- 2h de duração.

*Os cachês do locutor e das promotoras ficam de fora da PI - R$1.967,00 Locutor + Promotoras

***Investimento - R$ 16.458,00**

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R$ 91,00	R$ 125,00	R$ 177,00	R$ 231,00	R$ 311,00
Determinado	R$ 130,00	R$ 186,00	R$ 261,00	R$ 336,00	R$ 458,00
Testemunhal (Ao vivo)	R$ 153,00	R$ 193,00	R$ 272,00	R$ 332,00	R$ 522,00
Flash*	R$ 408,00 + CACHÊ DO LOCUTOR				
Eventos/Shows/Festas	R$ 57,00				

*Flash sujeito à disponibilidade.

** Gazeta Cuiabá + Rede (Interior): Preço de Tabela Cuiabá + 30% por praça

ABRANGÊNCIA

Primavera do Leste – Rondonopolis - Campo Verde – Jaciara – Juscimeira - Alto Garças - Dom Aquino – Guiratinga – Itiquira - Ouro Branco do Sul - Pedra Preta - Santa Elvira - São Pedro da Cipa – São Jose do Povo - Tesouro – Sonora - Águas Quentes - Alto Coite – Jarudore – Michelin - Serra de São Vicente – Irenopolis - Paranatinga - Santo Antônio do Leste - Aparecida - Paraiso do Leste - Paranaita - Carlinda - Nova Guarita - Colorado do Norte - Araguaiana - General Carneiro - Portal do Araguaia - Ponte Branca - Ribeirãozinho - Torixoréu - Amorinópolis - Aragarças - Arenapolis - Baliza - Bom Jardim de Goias - Caiapônia - Diorama - Doverlândia - Iporá - Israelândia - Jaupaci - Jussara - Montes Claros de Goiás - Palestina de Goiás - Piranhas - Sapezal - Barra do Bugres - Denize - Jangada - Nortelândia - Nova Marilândia - Nova Olimpia - Santo Afonso - Diamantino - Alto Paraguai - Porto Estrela - Costa Rica - Alto Garças - Alcinopolis.

TABELA DE PATROCÍNIOS

Horário	Programação	Dia	Gênero	Abert. Enc.	Com. 30"	Valor
04h às 07h	Manhã Sertaneja **	Seg/Dom	Sertanejo	60	180	88.247,00
07h às 11h	Bom Dia Gazeta	Seg/Sex	Variedades	40	132	65.168,00
07h às 11h	Dica astral (4X)	Seg/Sex	Horóscopo	160	132	72.988,00
07h às 21h	Tira-Teima (4X)	Seg/Sex	Programete	160	132	72.988,00
07h às 21h	Super Sequência (4X)	Seg/Sex	Programete	160	120	65.500,00
07h às 21h	Segura Peão (4X)	Seg/Sex	Programete	160	132	72.988,00
07h às 21h	Gazeta Express (6X)	Seg/Sex	Boletins	120	180	158.529,00
11h às 13h	Show Business	Seg/Sex	Variedades	40	132	65.168,00
13h às 15h	Ligação On-Line	Seg/Sex	Brincadeira	40	132	65.168,00
15h às 17h	Conexão da Gazeta	Seg/Sex	Brincadeira	40	132	65.168,00
17h às 18h	Time da Gazeta	Seg/Sex	11 Músicas	40	110	62.538,00
18h às 19h	Gazeta Cowboy	Seg/Sex	Country	40	180	88.448,00
20h às 22h	Especial Night	Seg/Sex	Sucesso	40	110	61.876,00
22h às 00h	Gazeta Romance	Dom/Qui	Romântico	44	104	52.665,00
00h às 04h	Gazeta na Madrugada	Seg/Dom	Variedades	120	110	55.314,00
07h às 11h	Fim de Semana Legal	Sábado	Variedades	24	100	47.933,00
14h às 18h	Fim de Semana Legal	Sábado	Variedades	24	100	47.933,00
20h às 22h	Festa da Gazeta	Sábado	Variedades	24	100	47.933,00
19h às 22h	Fim de Semana Legal	Domingo	Variedades	8	80	42.463,00
11h às 13h	Balança Gazeta	Sáb/Dom	Axé/Forró	32	80	42.463,00
18h às 20h	Play List	Sábado	Par. Musical	8	120	55.592,00
17h às 19h	Play List	Domingo	Par. Musical	8	80	44.104,00
22h às 00h	Beat Acelerado	Sábado	Dance	8	120	55.592,00
00h às 01h	Clássicos da Gazeta	Sábado	Flash Back	8	60	33.855,00
01h às 02h	Festa Black	Sábado	Black Music	8	60	33.855,00
07h às 08h	Roberto Carlos Esp.	Domingo	Programete	8	80	48.717,00
08h às 10h	Gazeta Cowboy	Domingo	Country	8	80	48.717,00
10h às 11h	Roda de Samba	Domingo	Samba	8	80	48.717,00
13h às 17h	Domingão da Gazeta	Domingo	Variedades	8	80	48.717,00

Testemunhal ao Vivo - Preço de tabela acrescido de 100%

***Flashes ao Vivo 1' R$ 2.472,00**
***Cachê do locutor: R$ 2.145,00**

CUIABÁ

PRIMEIRO LUGAR no IBOPE

ALTA FLORESTA · BARRA DO GARÇAS · POXORÉU · TANGARÁ DA SERRA · ALTO TAQUARI

PROGRAMETES

HORA CERTA

Segunda a Sexta

Informação da Hora Certa com assinatura do Patrocinador.

- **C** 4h às 5h30 — Breaks de trinta em trinta minutos.
- **A** 6h às 18h30 — Breaks de vinte em vinte minutos.
- **B** 20h às 23h30 — Breaks de vinte em vinte minutos.

Investimento Citação de 7,5"

	*Com. 30"	
04 inserções/dia	104	R$ 57.612,00
06 inserções/dia	156	R$ 86.256,00
08 inserções/dia	208	R$ 115.205,00
10 inserções/dia	260	R$ 143.843,00
12 inserções/dia	312	R$ 172.463,00

TEMPERATURA

Segunda a Sexta

Abertura com citação de nome e slogam do patrocinador.

Cota A	Cota B	Cota C	Cota D
04:00	04:30	05:00	05:30
07:20	07:40	08:00	08:20
10:00	10:20	10:40	11:00
12:40	13:00	13:20	13:40
15:20	15:40	16:00	16:20
18:00	18:30	20:00	20:30

Cota E	Cota F	Cota G	Cota H
06:00	06:20	06:40	07:00
08:40	09:00	09:20	09:40
11:20	11:40	12:00	12:20
14:00	14:20	14:40	15:00
16:40	17:00	17:20	17:40
21:00	21:30	22:00	22:30

Descrição

- **06 citações de 7,5" dia do patrocinador e comerciais de 30" colados.** (120 citações e comerciais/mês)

VALOR MENSAL R$ 65.830,00

***Valores válidos até Dezembro de 2023**

ASSINATURAS *DIGITAL E JORNAL A GAZETA

COMBO: JORNAL A GAZETA + DIGITAL

		Normal		
		À VISTA	A PRAZO	PARCELA
Anual	R$ 3.082,00	R$ 1.630,00	R$ 1.696,00	6 x R$ 282,67
Semestral	R$ 1.541,00	R$ 849,00	R$ 910,00	4 x R$ 227,50
Trimestral	R$ 773,00	R$ 431,00	R$ 457,00	2 x R$ 228,50

EMPRESARIAL 2ª feira a 6ª feira

		Normal		
		À VISTA	A PRAZO	PARCELA
Anual	R$ 2.140,00	R$ 1.314,00	R$ 1.386,00	6 x R$ 231,00
Semestral	R$ 1.067,00	R$ 741,00	R$ 787,00	4 x R$ 197,00

SOMENTE INTERIOR: GAZETA DIGITAL*

		Normal		
		À VISTA	A PRAZO	PARCELA
Anual	R$ 2.677,00	R$ 1.581,00	R$ 1.473,00	6 x R$ 245,50
Semestral	R$ 1.337,00	R$ 741,00	R$ 790,00	4 x R$ 197,50

Para celulares com sistemas operacionais IOs e Java, PCs e Tablets.

Formas de pagamento

À Vista	Cartão de Crédito	* Cheque	* Boleto Bancário	Carteira
A Prazo	Cartão de Crédito	Cheque Pré-datado	* Boleto Bancário	

* Entrega somente após confirmação.

FORMATOS

Standard - 6 colunas

01 coluna: 4,6 cm - 02 colunas: 9,6 cm - 03 colunas: 14,6 cm - 04 colunas: 19,6 cm
05 colunas: 24,6 cm - 06 colunas: 29,7 cm; **Altura: 50 cm.**

Tabloide - 6 colunas

01 coluna: 3,7 cm - 02 colunas: 7,9 cm - 03 colunas: 12,1 cm - 04 colunas: 16,3 cm
05 colunas: 20,5 cm - 06 colunas: 24,7 cm; **Altura: 28 cm.**

Classificados - 6 colunas

01 coluna: 4,6 cm - 02 colunas: 9,6 cm - 03 colunas:14,6 cm - 04 colunas: 19,6 cm
05 colunas: 24,6 cm - 06 colunas: 29,7 cm **Altura: 50 cm.**

CIRCULAÇÃO: Circulamos de domingo à sexta, exceto após um feriado nacional

*Valores válidos até Dezembro de 2023

UM AVANÇO EM TECNOLOGIA

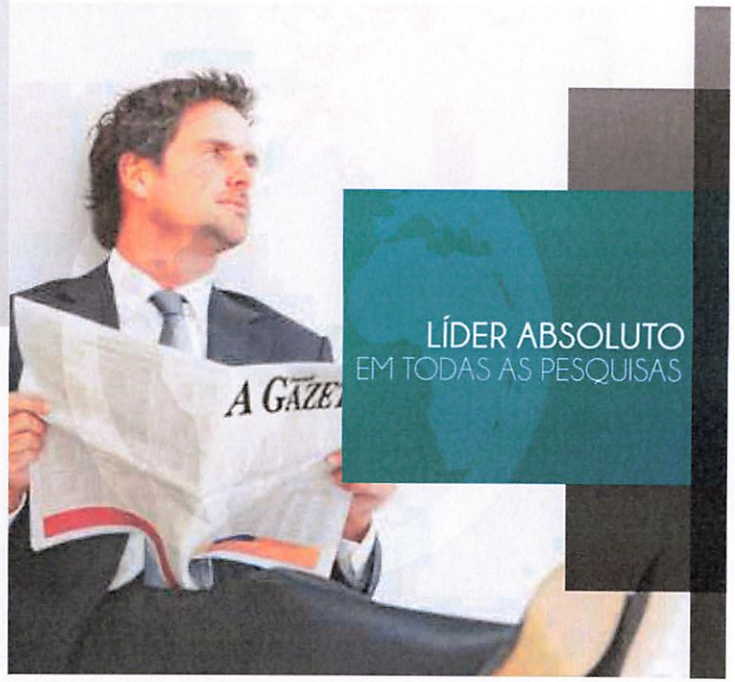
CITY LINE EXPRESS, Rotativa que possui três torres e é capaz de rodar 35 mil exemplares com cadernos de 12 páginas coloridas.

Grupo Gazeta de comunicação

Rua Profª. Tereza Lobo, 30 - Consil - CEP: 78048-670 - Cuiabá/MT
Telefone: (65) 3612-6307
opec.jornal@gazetadigital.com.br / wwwgazetadigital.com.br

A GAZETA

TABELA DE PREÇOS 2023



Grupo Gazeta de comunicação

www.gazetadigital.com.br

TABELA DE PREÇOS EM VIGOR A PARTIR DE JANEIRO 2023

DESCONTOS PROGRESSIVOS — Preços por cm/col.em REAL

	DIAS ÚTEIS	DOMINGO
1ª Página	7.543,00	10.135,00
3ª Página	4.240,00	5.528,00
Página Determinada	1.162,00	1.526,00
Página Indeterminada	921,00	1.217,00
1° e 2° Caderno	1.070,00	1.373,00
Caderno Determinado	956,00	1.092,00

Indeterminado / Classificado	INDETERMINADO DIAS ÚTEIS	E DOMINGO
Publicidades Legais	663,00	884,00
Matérias Comerciais	589,00	783,00
Aniversário de sua cidade	554,00	738,00
Colunáveis	554,00	738,00

Suplemento TV		*FP.: Sexta-Feira/Circulação: Domingo	378,00
AUTOS & MÁQUINAS	CADERNO ECONOMIA	*FP.: Quinta-Feira/Circulação: Sexta-Feira	378,00
TERRA & CRIAÇÃO	CADERNO ECONOMIA	*FP.: Sexta-Feira/Circulação: Segunda-Feira	378,00
Caderno MAIS VIDA Pág. 3 - GASTRONOMIA (QUINTA FEIRA - VIDA) Pág. 4 - ZINE (DOMINGO) Pág. 7 - PASSEIOS E VIAGENS (TERÇA-FEIRA - VIDA) Pág. 8 - UNGAKIDS (DOMINGO)		*FP.: Sexta-Feira/Circulação: Domingo	448,00

Preço para Inserção — *Fechamento Publicitário — Formato Tabloide e Standard

DESCONTOS PROGRESSIVOS

PUBLICAÇÕES	DESCONTOS	PUBLICAÇÕES	DESCONTOS	PUBLICAÇÕES	DESCONTOS
2	10%	6	20%	10	30%
4	15%	8	25%	12	35%

Observações:
* Os descontos serão válidos para publicação com o mesmo espaço e mesma seção, num período de 2 a 12 dias corridos, constantes em uma única autorização.
* Os descontos não são válidos para anúncios exigidos por lei ou para anúncios publicados na mesma edição.
Obs.: Os textos deverão ser entregues redigidos e dentro dos padrões que exige o manual da redação A Gazeta. Nos preços acima não estão inclusos custos de confecção artes e fotolitos, que ocorrerão por conta do cliente. As matérias serão cercadas, identificadas como **Informe Publicitário**.

50% DESCONTO:
A publicação em 26 ou 30 edições consecutivas com o mesmo espaço e na mesma seção deverá constar de uma única autorização.

30% DESCONTO:
Para varejo, de 1 a 12 inserções, após aplicar tabela progressiva.
Os valores acima podem ser utilizados para composição do custo da certificação digital.

A Gazeta classifácil — A GAZETA

CÓD.	ESPECIFICAÇÕES		DIA ÚTIL	DOMINGO
010	Classifássil 5 linhas: balcão	Por vez	297,00	394,00
	Complementação	Linha	61,00	79,00
020	Editais, Atas, Comunicação e Aviso	Linha	180,00	296,00
010	Oração	Simples até 10 linhas	594,00	884,00
	Oração	Média até 15 linhas	1.183,00	1.580,00
	Oração	Grande até 30 linhas	1.580,00	2.175,00
010	Abandono de Emprego		3.556,00	4.749,00
	por nome a acrescer		274,00	355,00
010	Edital de Proclamas	Por vez	714,00	908,00
030	Missa 1ª página	Por vez	71.149,00	86.899,00
	Missa determinada	Por vez	51.352,00	67.145,00
	Missa Indeterminada	Por vez	7.899,00	9.876,00

* DESCONTOS PROGRESSIVOS		Dia útil		Domingo
Classificado		R$ 356,00		R$ 432,00
Capa do Classifácil		R$ 448,00		R$ 592,00
Módulo para Corretor de Imóveis - 5 linhas	Renovação	R$ 71,00	novo contrato	R$ 78,00
Módulo para Garagem - 3 linhas	Renovação	R$ 41,00	novo contrato	R$ 46,00
Capa e contracapa em Policromia Formato Standard (10 colunas)				

Sede: Rua Profª Tereza Lobo, 30 - Consil - CEP 78048-670 - Cuiabá/MT.
Contato Comercial: (65) 3612-6307 - **Fax:** (65) 3612-6111
Assinatura: (65) 3612-6170 / classifácil: (65) 3612-6111
opec.jornal@gazetadigital.com.br - assinantes@gazetadigital.com.br

www.gazetadigital.com.br

REPRESENTANTE COMERCIAL	ANÚNCIO COM COR
FTPI Alameda dos Maracanãs, 508 - 9° Andar - Moema - SP/SP São Paulo - CEP .: 04089-001- (xx11) 2178-8700 anuncios@ftpi.com.br Brasília - DF .- (xx61) 3035-3750 Rio de Janeiro - RJ .- (xx21) 3852-1588	Acrescer % 1+1cor 10% 1+2 cor 20% 1+3 cor 30%

FORMATOS ADICIONAIS

Encartes (preço por milheiros - mínimo de 5 mil)

2 páginas R$ 1.195,00
4 páginas R$ 1.794,00
6 páginas R$ 2.244,00
8 páginas R$ 2.991,00
12 páginas R$ 3.589,00
16 páginas R$ 4.488,00
+16 páginas R$ 5.983,00

Encarte Tipo Cinta Superior e Inferior da Capa (somente total) — Total R$ 121.661,00

Multi Page
R$ 362.171,00 - POLICROMIA (4 PÁGINAS)

Orelha de Página - Capa 1ª Página
R$ 510.196,00 - POLICROMIA (3 PÁGINAS)

Orelha de Página - Capa de Caderno
R$ 395.011,00 - POLICROMIA (3 PÁGINAS)

*Valores válidos até Dezembro de 202

PREFEITURA MUNICIPAL DE
VÁRZEA GRANDE
Mais por Você. Mais por Várzea Grande.

GesPro
Gestão de Processos

DATA: 24/08/2023 **HORA:** 16:16 **Nº PROCESSO:** 910586/23

REQUERENTE: NOVA SB COMUNICACAO S.A.

CPF/CNPJ: 57118929000560

ENDEREÇO: AV ANDRE ANTONIO MAGG, 487, CENTRO POLITICO ADMINISTRATIVO, CUIABA-MT.

TELEFONE: (11) 3066-5418

DESTINO: PREFEITURA DE V�RZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRA��O - SETOR DE PROTOCOLO / CENTRAL DE ATENDIMENTO

LOCAL ATUAL: PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO - SETOR DE PROTOCOLO / CENTRAL DE ATENDIMENTO

ASSUNTO/MOTIVO:
ENCAMINHA CONTRA RECURSO REF. A CONCORRENCIA N.001/2023, CONFORME ANEXO.

OBSERVAÇÃO:
....

NOVA SB COMUNICACAO S.A.

Karine da Silva Leite Moraes
Prefeitura de Várzea Grande
Matricula 86877

KARINE DA SILVA LEITE MORAES

Informações sobre o andamento do processo, somente, poderão ser fornecidas mediante recibo.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VÁRZEA GRANDE
Mais por Você. Mais por Várzea Grande.

GesPro
Gestão de Processos

Nr. Remessa: 00769942
Enviado Por: KARINE DA SILVA LEITE MORAES
Destino: COORDENADORIA DE LICITAÇÃO
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE

Data Remessa: 2023-08-24 **Hora:** 16:18

Observação: SEGUE PARA CONHECIMENTO E PROVIDENCIAS.

Nr Processo	Requerente	Tipo Documento
00910586/23	NOVA SB COMUNICACAO S.A.	RECURSO

Paulina F Maximino
Assinatura Recebimento 24/08/23
16:23h.

Karine da Silva Leite Moraes
Prefeitura de Várzea Grande
Matrícula 86877
Assinatura Envio