

SECRETARIA DE  
ADMINISTRAÇÃO



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



Licitação  
PMVG  
Fls. 3254  
*[Signature]*

**RECURSO**  
**Empresa: J.V. FERMINO DA SILVA – ME**  
**(IMAGINE PROPAGANDA)**  
**CP 01/2023**

AO ILUSTRÍSSIMO SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO EDITAL DE CONCORRENCIA PUBLICA Nº 01/2023 DA PREFEITURA MUNICIPAL DE VARZEA GRANDE/MT.

**J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA)**, já qualificada nos autos da licitação em epígrafe, representada por seu sócio administrador **CAIO FERMINO SOARES**, também qualificado, vem, respeitosamente, perante essa respeitável e qualificada Comissão, interpor **RECURSO ADMINISTRATIVO**

em desfavor das agências de publicidade: **NOVA SB COMUNICAÇÃO LTDA, LOGOS PROPAGANDA LTDA e SOUL PROPAGANDA**, pelas razões de fato e de Direito a seguir aduzidas.

## **1. DA TEMPESTIVIDADE**

---

Considerando a previsão contida no Capítulo 13 do instrumento convocatório, bem como no parágrafo 3º, III, do art. 109, da lei nº 8.666/93, tem-se que o prazo para interposição do presente Recurso se dá por 5 (cinco) dias úteis, com prazo fatal para o dia 5 de agosto do corrente ano. Portanto, é tempestiva a presente peça recursal.

## **2 – FATOS**

---

Inicialmente, apresentam-se os aspectos e fundamentos que levam à necessária reforma da decisão que julgou a classificação de uma licitante **NOVA SB COMUNICAÇÃO LTDA** em desconformidade com a previsão do edital.

A agência **NOVA SB COMUNICAÇÃO LTDA** descumpriu o briefing e elaborou toda sua campanha publicitária - **que deveria ser voltada à administração pública de maneira impessoal** -, utilizando em seus textos e estratégia de comunicação publicitária uma fala do atual prefeito, inclusive, citando o seu nome. Por ferir o princípio da impessoalidade, isto é vedado em licitação de contratação para órgão público

“Temos uma fila de grandes investimentos para serem consolidados ao longo deste ano em Várzea Grande. Projetos públicos e privados que vão movimentar a nossa economia, ampliar nossa receita sem onerar alíquotas ou a base da arrecadação, vão gerar uma centena de empregos diretos e indiretos, vão promover o ambiente de negócios da nossa cidade e o melhor de tudo: contribuir com a meta da nossa gestão que é promover o desenvolvimento da nossa cidade com justiça social e fiscal. (...) Fora a nossa projeção de mais investimentos em recursos próprios, na ordem de R\$ 215 milhões.” Prefeito Kalil Baracat.<sup>4</sup>

**Pelos mesmos motivos, outros 3 (três) licitantes/concorrentes foram desclassificados pela subcomissão técnica e comissão permanente, como pode ser atestado pelas justificativas abaixo colacionadas:**

A campanha **Do Tamanho do amor de nossa gente** foi desclassificada por ter tirado nota ZERO no quesito Raciocínio Básico ao utilizar em seu texto uma campanha voltada para propaganda da gestão, fugindo do briefing e desrespeitando o princípio da impessoalidade.

A campanha **VG no Pique** foi desclassificada por ter tirado nota ZERO no quesito Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa ao utilizar em seu texto uma campanha voltada para propaganda da gestão, fugindo do briefing e desrespeitando o princípio da impessoalidade. Além de usar o termo “gestão” nas peças.

A campanha **Mais trabalho, mais avanço** foi desclassificada por ter tirado nota ZERO no quesito Raciocínio Básico ao utilizar em seu texto uma campanha voltada para propaganda da gestão, fugindo do briefing e desrespeitando o princípio da impessoalidade. Tirou ZERO no quesito Estratégias de Comunicação Publicitária por conta do período escolhido (01/04 a 30/04) em que concorre com o aniversário de Cuiabá, comprometendo toda a campanha. E ZERO no quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia por distribuir a mídia por todo o mês de abril.

Ainda referente à agência **NOVA SB**, esta cometeu outro erro insanável: usou no plano de mídia veículos sem tabelas de preço, como Facebook e Twitter, descumprindo o **item 8.2.3.4.3** do edital, **que veda o uso de veículos sem tabela de preço.**

A este propósito, em um pedido de esclarecimento feito pela empresa **GENIUS COMUNICAÇÃO**, a comissão deixa claro o não uso deste tipo de veículo.

É possível verificar nos mapas de mídia da **NOVA SB**:

8.2.3.4.3. Nessa simulação:

- Os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação, veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;
- Deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11, da Lei nº 4.680/1965;

TOTAL INTERNET										11	570.150	R\$ 77.297,80	100%				
UF Redes Sociais																	
MT	Publyta	Cuiabá e Região	Facebook Segmentação MT/Sociedade Geral	Post / Alcance	-	CPM	I			200.000	R\$ 5,39	R\$ 1.078,00					
MT	Publyta	Cuiabá e Região	Twitter Segmentação MT/Sociedade Geral	Post / Alcance	-	CPM	J			130.000	R\$ 6,39	R\$ 830,70					
Total Redes Sociais:										2			R\$ 1.078,00	1%			
TOTAL MÍDIA EXTERIOR										3	5.822.685			9	R\$ 28.700,00	10%	
INTERNET																	
Portais										1		Região Metropolitana	G	Fullbanner	120.000	R\$ 2.400,00	
Portais Regionais										7		Região Metropolitana	G		150	R\$ 69.694,20	
Mobile										1		Várzea Grande	H	Push Notification	120.000	R\$ 4.125,60	
REDES SOCIAIS																	
Facebook										1		Região Metropolitana	I	Peça para Redes Sociais	200.000	R\$ 1.078,00	
Twitter										1		Região Metropolitana	J	Tweet Patrocinado	130.000	R\$ 830,70	
Total Mídia Digital										11	570.150				570.150	R\$ 78.128,50	27%
TOTAL MÍDIA										30	6.405.835				570.397	R\$ 292.946,28	84%

São os pedidos de esclarecimentos e as respostas emitidas por esta r. comissão:

**Solicito esclarecimento abaixo:**

**Questionamento 1:**

Referente ao Subquesto 12.12.4 e 12.14.1. Estratégia de mídia e não mídia, perguntamos:

- Para alcançar de forma eficiente o objetivo da campanha podemos utilizar mídia digitais inovadoras como a mídia programática, sim ou não?
- Já relação as redes sociais, e os canais do google que não possui tabelas de preço, mas que são mídias importante para obter um maior alcance e engajamento da campanha. Podemos apresentar uma estimativa de valores, sim ou não?

**ASSUNTO: RESPOSTA DE PEDIDO DE ESCLARECIMENTO- CONCORRENCIA PUBLICA 001/2023**

PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO:

AGENCIA GENIUS PUBLICIDADE:

- 1º) Não, conforme o item 8.2.3.4.3., alínea b, do Edital.
- 2º) Não, conforme o item 8.2.3.4.3., alínea b, do Edital.

A agência **LOGOS PROPAGANDA** também cometeu um erro insanável, utilizando em sua estratégia de mídia e não mídia, o publiteditorial. **Um editorial, é uma estratégia de publicação de artigos em sites e blogs parceiros, utilizando o texto para anunciar uma solução ou divulgar uma marca, com foco na atração de clientes.**

*Portanto, é totalmente proibido este tipo de publicidade para órgãos públicos, pois não compete a uma agência de publicidade este tipo de serviço. Em uma situação idêntica, na licitação de contratação de agência de publicidade do Governo do Estado de MT, houve a desclassificação da primeira colocada, como pode-se observar abaixo pelo mapa da **LOGOS PROPAGANDA** e a decisão do Governo de MT.*

MEIO	Veículo	Praça	Peça	Nº Inserções	Valor Bruto	%
Internet	Período:			02 a 31/05/2023		
	VG Noticias	Várzea Grande	Web banner	30	R\$ 12.500,00	3,91%
		Várzea Grande	VT - 30"	3	R\$ 1.249,98	0,39%
	G1 Mato Grosso	Mato Grosso	Web banner	500.000 impressões	R\$ 10.000,00	3,13%
	Portal Uol	Nacional	Web banner	530.000 impressões	R\$ 8.480,00	2,65%
	Período:			15/05/2023		
	Mídia News	Cuiabá/ Várzea Grande	Publiteditorial	1	R\$ 2.650,00	0,83%
	Período:			15 a 21/05/2023		
G1 Mato Grosso	Mato Grosso	Publiteditorial	222.222 impressões	R\$ 2.000,00	0,63%	
<b>Total Internet</b>				<b>1.252.256</b>	<b>R\$ 36.879,98</b>	<b>11,53%</b>

**PROPAGANDA e Decisão do Governo de MT.**

Observando o teor da estratégia proposta peça Recorrida, denota-se que efetivamente houve o direcionamento para a compra de “cinco matérias exclusivas...”, conforme se comprova abaixo:

**Especial G1 Matérias - Publieditorial no Portal G1 dedicado a explorar temas relevantes e aprofundados. Neste contexto, a Desenvolve MT irá trazer cinco matérias exclusivas sobre seu papel no fomento ao empreendedorismo em Mato Grosso, sendo elas: 1 - Desenvolve MT: Gerando empregos e fortalecendo o mercado. 2 - Movimentando a economia: O impacto da Desenvolve MT. 3 - Desenvolve MT: Reduzindo desigualdades sociais. 4 - Cases de sucesso com a Desenvolve MT. 5 - Desenvolve MT: Melhorias para todo o Mato Grosso.**

Da análise da legislação, verifica-se que são vedadas as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas, as quais são contratadas por meio de procedimento licitatório próprio, nos termos do §2º, do artigo 2º, da Lei 12.232/2010, senão veja-se:

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

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 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.

Palácio Paiaguás Rua Desembargador Carlos Avalone, s/n • Centro Político Administrativo  
CEP: 78049-903 • 65 3613 4300 • Cuiabá • Mato Grosso | mt.gov.br

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, **vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa**, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

Para que não parem dúvidas acerca do tema, a Lei Federal nº 14.356/2022, que inseriu o artigo 20-A ao regramento acima, confirmou o entendimento de que a contratação de espaços publicitários permanece fora do rol de serviços abrangidos no contrato de publicidade institucional, conforme abaixo:

Art. 1º (...);

Art. 2º A Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, passa a vigorar acrescida dos seguintes arts. 20-A e 20-B:

“Art. 20-A. A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.

§ 1º Aplica-se o disposto no **caput** deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.

§ 2º **O disposto no caput e no § 1º deste artigo não abrange a contratação de espaços publicitários e de mídia** ou a expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação, que observarão o disposto no **caput** do art. 2º desta Lei.

Desta forma, tendo em vista o claro descumprimento legal de regramento que rege as contratações públicas de agência de publicidade, assim como do item 2.2 do edital de licitação, ACOLHO o pedido da Recorrente DMD Comunicação para determinar a DESCLASSIFICAÇÃO da Renca Agência de Publicidade do presente certame, com fulcro no artigo 59, inciso II, da Lei Federal nº. 14.133/2021 c/c §2º, do artigo 2º e §2º, do artigo 20-A, ambos da Lei 12.232/2010.

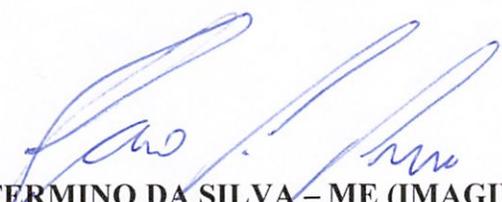
Por derradeiro, a agência **SOUL PROPAGANDA** também cometeu um erro insanável, quando usou em seu texto “raciocínio básico” uma frase do prefeito e ao mesmo tempo ressaltando o seu nome, ferindo, também, o princípio da impessoalidade:

Nesse ponto, vale um parênteses. É importante não nos esquecermos que VG é parte de uma região metropolitana maior, com dinâmicas de vivência complexas, coexistindo em união. Nas próprias palavras do prefeito Kalil Baracat, "sempre tive em mente que o Rio Cuiabá não separa Várzea Grande da capital, pelo contrário, ele une". Apesar da maioria da população morar e trabalhar na própria cidade, muita gente que mora em Várzea Grande trabalha em Cuiabá e muitos que trabalham em VG moram na capital. Ou seja: viver em VG pode significar tanto ter sua casa e sua família na cidade quanto ter um emprego, uma fonte de renda, e ajudar a movimentar a economia municipal. Enquanto o primeiro contribui com seu IPTU e demais impostos, o segundo contribui através do fortalecimento da economia, de impostos que sua empresa paga ao município e também dos impostos que

### 3. PEDIDOS

Em observância aos erros insanáveis apontados neste recurso, praticados pelas ora recorridas, **SOUL PROPAGANDA, LOGOS PROPAGANDA e NOVA SB COMUNICAÇÃO**, requer-se a imediata reavaliação e desclassificação das licitantes Soul Propaganda, Logos Propaganda e Nova SB Comunicação.

Várzea Grande/MT, 15 de agosto de 2023.

  
**J. V. FERMINO DA SILVA – ME (IMAGINE PROPAGANDA)**

CNPJ: 18 689 930/0001-60

J. V. FERMINO DA SILVA - ME

Rua São Mateus, Nº. 62  
Bairro Santa Marta

CEP 78043-675

LCUIABA

MT



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



**GesPro**  
Gestão de Processos

Sator da Licitação
P.M.V.G.
Fls. <i>30/2</i>
Ass. <i>[Signature]</i>

**Nr. Remessa:** 00767309

**Data Remessa:** 2023-08-15

**Hora:** 16:08

**Enviado Por:** KARINE DA SILVA LEITE MORAES

**Destino:** SUPERINTENDENCIA DE LICITAÇÃO  
SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO  
PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE

**Observação:** SEGUE PARA PROVIDENCIAS.

**Nr Processo**  
00908132/23  
00908139/23  
00908144/23

**Requerente**  
J.V.FERMINO DA SILVA -ME  
LOGOS PROPAGANDA LTDA  
TIS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA- TIS PROPAGANDA

**Tipo Documento**  
REQUERIMENTO  
REQUERIMENTO  
RECURSO

*[Signature]*

Assinatura Recebimento

*15/08/2023*

Karine da Silva Leite Moraes  
Prefeitura de Várzea Grande  
Matrícula 86877 *[Signature]*

Assinatura Envio



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



**DATA:** 15/08/2023 **HORA:** 15:51 **Nº PROCESSO:** 908132/23

**REQUERENTE:** J.V.FERMINO DA SILVA -ME

**CPF/CNPJ:** 18689930000160

**ENDEREÇO:** RUA SAO MATEUS BAIRRO SANTA MARTA CUIABA

**TELEFONE:** 6536449390

**DESTINO:** PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO -  
COORDENADORIA DE LICITAÇÃO

**LOCAL ATUAL:** PREFEITURA DE VÁRZEA GRANDE - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO -  
COORDENADORIA DE LICITAÇÃO

**ASSUNTO/MOTIVO:**

ENCAMINHAR RECURSO ADMINISTRATIVO CONCORRENCIA PUBLICA Nº01/2023 CONFORME ANEXO

**OBSERVAÇÃO:**

\_\_\_\_\_  
J.V.FERMINO DA SILVA -ME

  
\_\_\_\_\_  
MARIELY SILVA MARQUES PAULA

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