



**PROCESSO Nº** : 6.620-6/2022  
**INTERESSADO** : Secretaria de Estado de Comunicação  
**ASSUNTO** : **Auditoria de Conformidade**  
**RELATOR** : Conselheiro Sérgio Ricardo de Almeida



### INFORMAÇÃO

Trata-se de Relatório Preliminar de Auditoria de Conformidade<sup>1</sup>, com pedido de cautelar, sobre a Secretaria de Estado de Comunicação – Secom/MT, tendo por objeto a publicidade institucional do Executivo Estadual nos exercícios de 2021 e 2022.

O objetivo da auditoria foi verificar a conformidade e a transparência pública na contratação e execução de despesas de publicidade relativas aos Contratos nº 1/2021 e 7/2022 na Secom/MT no período de 5/7/2021 a 30/4/2022.

O objeto do trabalho foi a publicidade e propaganda institucional realizada pela Secretaria de Estado de Comunicação de Mato Grosso em 2021 e 2022 com escopo nas dispensas de licitação para contratação de publicidade institucional e processos de despesas dos Contratos nº 1/2021 e 7/2022.

Para tanto, foram elaboradas quatro questões de auditoria na matriz de planejamento, quais sejam:

1. A Secom/MT efetivamente prestou os serviços de publicidade, objeto dos Contratos nº 1/2021 e 7/2022, nos exercícios de 2021 e 2022, em conformidade com os princípios da eficiência e economicidade,

<sup>1</sup> Documento digital n.º 148043/2022.





observando as exigências contratuais e aos ditames da Lei nº 12.232/2010?

2. As dispensas de licitação que resultaram nos Contratos nº 1/2021 e 7/2022 atendem aos princípios da legalidade, isonomia e economicidade?
3. O Governo de Mato Grosso, por meio da Secom/MT, faz o provimento dos cargos públicos relativos à atividade-fim do Órgão, em conformidade com o disposto no artigo 37, II, da Constituição da República?
4. A Secom/MT disponibilizou informações completas sobre a execução dos Contratos nº 1/2021 e 7/2022, em sítio próprio, a partir de 15/7/2021, conforme estabelece as Leis nº 12.232/2010 e 12.527/2011?

A partir dessas questões, foram encontrados quatro achados de auditoria:

#### **ACHADO Nº 01**

Sobrepreço no valor dos serviços dos veículos de divulgação de campanhas publicitárias em razão de preços ofertados 290% (e até 2.266%) acima dos praticados com a iniciativa privada. Identificou-se também que, quando se trata de empresas privadas, veículos de divulgação oferecem até 85% de desconto sobre os valores praticados com a Secom/MT.

#### **ACHADO Nº 02**

Por intermédio das agências de comunicação, a Secom/MT realizou despesas no valor de R\$ 1.698.503,85 para divulgação de publicidade institucional em 30 sites com baixa ou baixíssima visualização diária, os quais não atendem aos critérios





de cobertura, relevância e perfil do público-alvo, caracterizando desperdício de recursos públicos.

### **ACHADO Nº 03**

Disponibilização, no portal da Secom/MT, de informações relativas às despesas com veículos de comunicação que não atendem ao princípio da publicidade e transparência, inviabilizando análises e comparações, em prejuízo ao controle externo e social.

### **ACHADO Nº 04**

Descumprimento do princípio constitucional do provimento por concurso público, face à desproporção entre as quantidades de cargos efetivos e comissionados.

Por síntese e didática, o detalhamento dos critérios que embasaram os achados de auditoria e metodologia adotada em cada achado e a descrição das evidências constam dos relatórios de análises apensos a este relatório preliminar<sup>2</sup>.

Com o trabalho de auditoria, almejam-se os seguintes benefícios à Administração Pública:

1. Economicidade nos pagamentos aos veículos de divulgação das campanhas publicitárias.
2. Aprimoramento dos controles para garantir que as contratações de veículos de comunicação, por intermédio das agências de publicidade, ocorram nas condições mais vantajosas à administração pública.

<sup>2</sup> Documentos digitais n.ºs 148272/2022, 148379/2022, 148380/2022, 148381/2022 e 148382/2022.





3. Eficiência e efetividade na divulgação das campanhas publicitárias em sites considerando critérios objetivos para a escolha dos veículos de divulgação de publicidade institucional.

4. Aprimoramento dos controles e da fiscalização das despesas de publicidade para que não ocorra desperdício de recursos públicos nas contratações de veículos de divulgação por intermédio das agências de publicidade.

5. Melhoria da transparência das despesas de publicidade e, em consequência, evolução da fiscalização social sobre as despesas com publicidade institucional no Executivo Estadual, fomentando a boa e correta aplicação dos recursos.

6. Condições igualitárias de provimento aos servidores da Secom/MT, assim como mitigação dos riscos de influência de interesses de terceiros e de não retenção do conhecimento organizacional do órgão.

Ante o exposto, a equipe técnica responsável sugere os encaminhamentos abaixo, os quais corroboro:

a) **seja determinada medida cautelar *inaudita altera parte*** visando à proibição imediata de realização de despesas com veículos de comunicação que não atendem aos critérios de cobertura, relevância e perfil do público-alvo, **notificando-se**, para isso, a Exma. Sra. Laice Souza Aiza de Oliveira – Secretária de Estado de Comunicação;

b) **seja estipulada multa diária** em caso de descumprimento da medida cautelar sugerida, nos termos do § 1º do art. 297 do Regimento Interno do TCE-MT;





c) **cite os responsáveis<sup>3</sup>** sobre as irregularidades identificadas, com base no art. 256 do Regimento Interno do TCE/MT, e em homenagem ao princípio do contraditório e da ampla defesa assegurado pelo artigo 5º, inciso LV da Constituição Federal/1988:

- LAICE SOUZA AIZA DE OLIVEIRA – Secretária de Estado de Comunicação;
- GABRIELA MAITO CLEMENTE – Secretária Adjunta de Publicidade;
- ADRIANO DE SOUZA MORAIS – Secretário Adjunto de Administração Sistêmica;
- WILLIAN EDUARDO DA SILVA ALVES – Coordenador de Aquisições e Contratos;
- FÁBIO LUIS NADAL – Coordenador Financeiro e Contábil;
- AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE: (1) Casa D’Ideias Marketing e Propaganda LTDA;
- (2) FCS Comunicação S/A; (3) Nova SB Comunicação LTDA; (4) Soul Propaganda Eireli e (5) ZF Comunicação (Ziad A Fares Publicidade).

d) **notifique a Ouvidoria Geral do Estado de Mato Grosso** acerca do Achado de Auditoria nº 3 (Transparência Pública) para ciência e manifestação com o objetivo de colaborar com a instrução técnica, visto que o órgão tem a função primordial de fomentar a participação mais ativa do cidadão na gestão governamental, calçado na premissa de efetivar o controle social das atividades públicas;

e) **encaminhe os autos à Secretaria de Controle Externo responsável pela fiscalização das Contas Anuais do Governador** para fins de conhecimento sobre a situação encontrada no Achado de Auditoria nº 4 (Número de servidores exclusivamente comissionados desproporcional ao de efetivos);

f) **elabore o seu voto contendo determinação** para que a Secom/MT:

1. **Adote outros parâmetros para avaliação do valor de referência** nas contratações dos veículos de divulgação, uma vez que a utilização de tabela referencial do prestador de serviços como único parâmetro de preços apresenta riscos e atenta contra o princípio da economicidade.

<sup>3</sup> Anexo de informações pessoais, documento digital n.º 148465/2022.





**2. Adote mecanismos para aprimorar a fiscalização da execução contratual**, avaliando a economicidade das contratações dos veículos de divulgação e a atuação das agências de publicidade para garantir as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação; **referente à veiculação em sites**, além da análise documental, **avalie** a eficiência e economicidade das contratações destes veículos de divulgação.

**3. Autorize a aquisição de espaços nos veículos de divulgação (sites)** somente após criteriosa análise de cobertura, relevância e perfil do público-alvo, mitigando assim o risco de dispêndio de recursos com veiculações ineficientes e inefetivas.

**4. Divulgue no seu sítio eletrônico os seus investimentos em publicidade**, detalhando as despesas repassadas para cada veículos de comunicação contratado pelas agências de propaganda (**especificando o nome de cada agência e de cada veículo de comunicação, com respectivos valores pagos**) com o objetivo de dar transparência do destino dos recursos públicos investidos em publicidade institucional para a sociedade e para o controle externo.

**5. Registre no campo histórico do documento do Sistema Fiplan denominado LIQ**, o nome e o valor total da nota fiscal dos veículos de comunicação e dos prestadores de serviços especializados.

**6. Adote providências para que os processos de despesas contenha, de fato, todas as fases das despesas de publicidade**: que os comprovantes de pagamentos das agências aos veículos de comunicação (depósito ou transferência bancária identificada) conste de cada processo de despesa e seja objeto de avaliação pelos fiscais de contrato e, no caso de **processos de criação**, que conste a comprovação de realização do processo de seleção interna (ao menos com a lista de presença dos processos de seleção e definição dos critérios adotados na respectiva seleção).





7. **Adote medidas efetivas e eficazes** visando à substituição dos cargos exclusivamente comissionados no órgão, visto que se encontram em quantidade desproporcional ao número de cargos efetivos.

5ª Secretaria de Controle Externo do Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso, em Cuiabá, 24 de junho de 2022.

*Assinatura digital<sup>4</sup>*

**RENAN GODOI VENTURA MENEGÃO**  
Supervisor da 5ª Secretaria de Controle Externo

## DESPACHO

Visto. De acordo. Submeto os autos ao Gabinete do Exmo. Conselheiro Sérgio Ricardo de Almeida para as providências cabíveis.

*Assinatura digital<sup>5</sup>*

**VALDENIR FERREIRA MENDES**  
Secretário da 5ª Secretaria de Controle Externo

<sup>4</sup> Documento firmado por assinatura digital, baseada em certificado digital emitido por Autoridade Certificadora credenciada, nos termos da Lei Federal nº 11.419/2006 e Resolução Normativa nº 9/2012 do TCE/MT.

<sup>5</sup> Documento firmado por assinatura digital, baseada em certificado digital emitido por Autoridade Certificadora credenciada, nos termos da Lei Federal nº 11.419/2006 e Resolução Normativa nº 9/2012 do TCE/MT.

