



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

**RESPOSTA AO TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MATO
GROSSO.**

Processo n.º 576166/2021

Ofício n.º 1021/2021/GC/VA

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR CONSELHEIRO VALTER ALBANO DO
TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MATO GROSSO.**

J.V. FIRMINO DA SILVA – ME, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ n.º 18.689.930/0001-60, com sede na Rua São Matheus, n.º 62, bairro Santa Martha, Cuiabá/MT, vem, através de seu advogado e bastante procurador que esta subscreve, com endereço profissional grafado no rodapé deste e procuração em anexo, apresentar sua

MANIFESTAÇÃO

ao relatório técnico preliminar (doc. digital n.º 253264/2021), emitido pela Secretaria de Controle Externo de Administração Municipal, deste Tribunal, referente as contas anuais de gestão, o que faz na forma que segue.



1 - DA TEMPESTIVIDADE DA DEFESA.

Inicialmente cumpre informar que o prazo para manifestação no referido processo foi de 15 (quinze) dias, contados a partir do recebimento do referido ofício junta a requerida.

Considerando que o ofício foi recebido no dia 22/11/2021, o prazo finda-se no dia 13/12/2021, razão pela qual se torna tempestiva a referida manifestação.

2 - DOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS QUE REGEM A PUBLICIDADE NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Os princípios constitucionais relacionados com a administração pública estão expressos no texto do Artigo 37, caput, da Constituição Federal, sendo os responsáveis por organizar toda a estrutura e gerar uma segurança jurídica aos cidadãos.

Um destes princípios que se aplicam no direito administrativo é o da publicidade e dispõe que a administração pública tem a obrigação de atender ao interesse público, exercer suas funções com mais clareza e transparência. *Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência... § 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.*

No que diz respeito ao princípio da publicidade, verifica-se que ele exerce, basicamente, duas funções: a primeira visa dar conhecimento do ato administrativo ao público em geral, sendo a publicidade necessária para que o ato administrativo seja oponente às partes e a terceiros; a segunda, como meio de transparência da Administração Pública, de modo a permitir o controle social dos atos administrativos. Sobre esta segunda função do princípio da publicidade, a Constituição ainda determina que "a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos" (art. 37, §1º).

Portanto, o princípio da publicidade abrange toda atuação da Administração Pública, esta publicidade se dá, não apenas sob o aspecto da divulgação oficial de seus atos, mas também propicia a toda população, o conhecimento da conduta interna de seus agentes. Busca-se deste modo, manter a transparência, ou seja, deixar claro para a sociedade os comportamentos e as decisões tomadas pelos agentes da Administração Pública.

O princípio da publicidade tem por finalidade tornar o conhecimento público, mas principalmente tornar claro e compreensível ao público. Se faz necessário, que todos os atos e decisões tomados sejam devidamente publicados para o conhecimento de todos, e ações da Administração Pública que objetem a informar, esclarecer ou sejam de utilidade públicas, sejam publicadas e propagadas para toda sociedade.

Diante do exposto, ficou clara a necessidade de uma organização da Administração Pública, um instituto cheio de princípios, que concerne uma boa estruturação e efetivação com aquilo que é do anseio da sociedade.

A Prestação de Serviço de Publicidade e Propaganda para Administração Pública
A atividade publicitária é altamente peculiar e a forma de sua contratação pela Administração Pública, assim como pelas empresas de economia mista e entidades da Administração indireta, também é bastante singular, o que exige cuidados legais na sua orientação.

A atual lei de licitações de serviços publicitários, n. 12.232/2010, trouxe várias inovações no procedimento licitatório e, mesmo sendo aplicada nestes últimos seis anos de vigência, ainda causa dúvidas quanto à sua aplicação, sujeita às mais variadas interpretações, muitas vezes errôneas e causadas pelo desconhecimento da atividade publicitária, da maneira como os serviços são prestados, seja pela própria agência de publicidade, seja por veículos de comunicação e fornecedores externos de serviços e suprimentos.

A Administração Pública, tem em suas diretrizes e obrigações determinada pela Constituição Federal e diferente de entidades privadas, o dever dos agentes públicos é



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

“cumprir as Leis” que orientem o trabalho, a legalidade, moralidade, impessoalidade para validar suas ações.

Desta forma, a Administração Pública é obrigada, para atender ao artigo 37 da CF, contratar a prestação de serviço de uma empresa especializada em publicidade e propaganda, denominada como Agência através de um processo licitatório. Com o advento da Lei 12.232, as licitações de serviços publicitários passaram a ser por esta regidas, complementadas pelas disposições da Lei 8.666 e da Lei 4.680 que, sendo esta última norma de direito privado, se aplica supletivamente às licitações de serviços publicitários, aos contratos e à sua execução, na ausência de dispositivos específicos de direito público.

Para a realização de tal tramite, o processo é orientado e seguido pelas Leis abaixo citadas; Lei 12.232, de 20 de abril de 2010 - Normas Gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências; Lei 8.666/93 - Regulamenta o art. 37, inciso XXI da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências; Lei 4.680/65 - Dispõe sobre a prestação de serviços publicitários, o exercício da profissão de publicitário e de encarregado de propaganda.

Sendo assim, para a Administração Pública ter uma empresa, que preste o serviço de agência de publicidade, é necessário estar de acordo com todo o tramite legal. Sistemática de Atendimento Portanto, a contratação das agências que atendem a Administração Pública, é realizada de forma legal e seguindo todos os critérios publicados no edital, para um melhor atendimento as necessidades de dar visibilidade aos atos e ações da gestão, de forma transparente e que leve conhecimento a todo público interessado.

A prestação de serviço da cada agência, possui um rito comum, uma sistemática de atendimento apresentada na proposta técnica da agência que participa do processo licitatório e que deve ser seguido pelas vencedoras do certame. Em resumo, a agência tem o dever e a obrigação por zelar, orientar e desenvolver estratégias junto com a secretaria responsável pela comunicação da Administração Pública, com o objetivo de apresentar soluções dentro da mídia tradicional (Televisão, rádio, jornal, revista, outdoor, entre outras) e inovar a comunicação de acordo com as novas tecnologias que vem surgindo, como as redes sociais, plataformas de streaming e aplicativos.



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Todo esse processo é baseado em um plano de comunicação, que a agência desenvolve com base em estudo e análise de mercado, hábitos de consumo, pesquisas de mídia e novas tendências que apresentam resultados na comunicação. Por muitas vezes, esse plano é definido em reuniões presenciais entre o gestor da comunicação e a agência, ajustando os meios a verba proposta, reduzindo o tempo de criação, produção de um determinado material publicitário que venha a dar visibilidade a uma ação, e aumentando o tempo de exposição na mídia, para alcançar uma abrangência maior, massificar a mensagem e dar transparência para a Administração Pública.

Dentro da Sistemática de Atendimento, executada pela agência, o acompanhamento de todas as ações e atos realizados pela Administração devem ser acompanhados com o olhar minucioso sobre o momento que está sendo apresentado para o público e por muitas vezes, surge a necessidade instantânea de produzir um material publicitário de oportunidade; exemplificando; quando existe uma procura grande por vacinação, e a Administração Pública coordena a aplicação de forma organizada, é imperativo que seja realizada uma publicidade a fim de trazer essa informação de imediato a sociedade.

Desta forma, a agência apresenta uma proposta de campanha, sem a necessidade da Administração Pública redigir um briefing, enviar para agência e aguarda esta criar e apresentar, trabalhando com eficiência e eficácia na publicidade.

3 – DAS RESPOSTAS E DAS MEDIDAS SANEADORAS EM RELAÇÃO AOS ACHADOS DE AUDITORIA.

Em referência aos achados de auditoria identificados nos itens 5.1.1, 5.1.2, 5.1.3, 5.1.4, 5.1.5, 5.1.6, 5.1.7, 5.1.8; 5.2, 5.3, 5.3.1, 5.4, 5.5 e 5.6 apresentamos as seguintes justificativas e providencias acerca dos pontos apresentados pela auditoria.

5.1.1 Aumento Exponencial das despesas com publicidade e propaganda da Prefeitura municipal de Cuiabá

Esclarecemos que: A tabela apresentada com o comparativo de gastos por agência, analisa dois contratos distintos, com valores orçamentários em total discordância, o



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

contrato vigente, e auditado pelo TCE foi assinado com as 4 agências em maio de 2019, sendo renovado em maio de 2020, onde, e de acordo com o item 4.9 do contrato vigente, havendo demanda necessária, **a contratante pode fazer a supressão ou aditivo de 25%**, e ao analisarmos o comparativo entre 2019 e 2020, **encontramos um acréscimo de apenas 21% DO CONTRATO E DA VIGÊNCIA**

Neste sentido prescreve o item 4.9: *“Quando CONTRATADA, ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme art. 65 da lei 8.666/93.”*

Além de que a planilha apresentada, faz a somatória de dois contratos, o que se extinguiu no dia 05 de maio de 2019, onde se apresenta os gastos com a ZF (ZIAD) no valor de R\$ 3.111.139,55 e os gastos com a Época no valor de R\$ 3.055.606,17, porém são valores alocados no contrato encerrado e não devendo ser computado ao valor do contrato assinado com as 4 agências vencedoras da concorrência (IMAGINE, DMD, GANZA e RENCA).

Sendo assim, recalculando os valores da forma correta, de acordo com os contratos, onde subtraímos o valor R\$ 6.166,745,72 (valores ZIAD + ÉPOCA) teremos o resultado que o aumento de 2018 para 2019 não condiz com o apresentado. O real valor gasto com as agências no contrato assinado em 2019, é de R\$ 26.386.702,61.

Em 2020, é apresentado uma indenização paga a agência ZIAD no valor de R\$ 202.814,30, que ainda é referente ao antigo contrato, mas contabilizado com o gasto do contrato atual, e se subtrair esse valor do total, o valor real do gasto de contrato é R\$ 39.331.672,55.

Portanto, em nosso entendimento, o gasto da atual gestão, somando os anos de contrato vigente em 2019 e 2020 é de R\$ 65.718.375,16, onde se dividirmos por 2, sendo a assinatura do contrato e a renovação, o valor apresentado é de R\$ 32.859.187, 58 ou seja, **abaixo do valor publicado no contrato.**

5.1.2 Planejamento Estratégico inadequado.



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Sobre o planejamento tido como inadequado, existe um planejamento traçado para cada ano, entretanto com a PANDEMIA DE COVID-19 ele foi praticamente desfeito.

Isso se deu ao fato da única e exclusiva preocupação foi de propagandas institucionais orientativas sobre o COVID-19, em que pese terem sido apresentados os gastos de publicidade e propaganda por tipo de mídia por esta referida agência, o detalhamento dos valores gastos com cada campanha, periodicidade pode ser juntado no referido processo a fim de sanar tais irregularidades.

5.1.3 Ausência de Briefing e Plano de Mídia.

No que tange a referida alegação, a requerida informa desde já que executou o referido serviço de maneira exemplar, tendo em vista que foi elaborado um plano de mídia, com apresentação a SECOM dos veículos de comunicação que melhor atingiriam o público alvo.

O referido demonstrativo dos serviços prestados encontra-se presente no documento digital n.º 249267/2021 as fls. 30-103, não havendo em que se falar em não comprovação da elaboração dos planos de mídia.

5.1.4 Veiculações de publicidade governamental em sites com baixo índice de acesso pela população cuiabana e sem demonstração dos critérios de escolha.

Em que pese a alegação da referida auditoria, ousamos discordar tendo em vista que o acesso a informação é um direito concedido a todos, não importando quem tem mais ou menos acesso a informação.

O dever, neste caso, do Município de Cuiabá/MT é fazer chegar a informação a toda parcela da sua população, tendo em vista que a divulgação deve ser de forma ampla, ainda mais em tempos de pandemia.

Ainda neste sentido O Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou nesta quinta-feira (30), por unanimidade, as restrições à Lei de Acesso à Informação (LAI-Lei 12.527 de 2011) estabelecidas em uma medida provisória editada no final do mês de março pelo presidente Jair Bolsonaro (MP 928/2020).

Com a decisão desta quinta, o STF confirmou uma liminar do ministro Alexandre de Moraes, tomada no dia 26 de março — três dias depois da edição da MP. Para Moraes,



as restrições instituídas na matéria são genéricas e abusivas e ofendem o princípio da publicidade e da transparência. A liminar atendeu a uma ação da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), à qual foram anexados os questionamentos do PSB e da Rede Sustentabilidade.

A MP previa, entre outros pontos, a suspensão dos prazos de resposta e a necessidade de reiteração de pedidos durante a pandemia do novo coronavírus. Já a Lei de Acesso à Informação regulamenta o trecho da Constituição que estabelece como direito de qualquer cidadão receber, do poder público, informações de interesse da sociedade.

A lei é considerada um marco na transparência política e administrativa do país. É por meio dela que muitas informações do poder público são conseguidas por organizações, jornalistas e cidadãos.

Fonte: Agência Senado

5.1.8 Promoção pessoal do prefeito e da primeira dama.

Esta auditoria informa que nos processos de despesas foram verificadas ocorrências de promoção pessoal do prefeito e da Primeira-Dama, da Campanha Publicitária – Cuiabá do Futuro – n.º de nota fiscal das agências 21896:

Contudo tal alegação não condiz com a realidade dos fatos. O que na ordem de criação 8745 é um post informativo com a imagem do prefeito e da primeira dama, não havendo infringência ao art. 37 § 1º da CF.

Sobre a aplicação do art. 37, § 1º da Constituição Federal no âmbito da Lei de Improbidade Administrativa, Arnaldo Rizzardo assim lecionou: *"A impessoalidade se refere à realização dos atos sem conotação especial à pessoa do agente, ou aos interesses particulares, de modo a se evidenciar total objetividade e neutralidade na atividade administrativa. Não se dá realce ao indivíduo, de modo a não se encontrarem marcas pessoais"*.

Observa-se, portanto, que a propaganda governamental deve obrigatoriamente harmonizar-se com o princípio da impessoalidade, ou seja, jamais poderá ser utilizada para a promoção pessoal do administrador. E não apenas isso: as ações deverão ter caráter educativo, informativo ou de orientação social.



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Conforme se pode notar, normalmente a caracterização de promoção pessoal está voltada para o lado dos agentes públicos em geral, haja vista que não raras vezes, a pretexto de divulgarem suas realizações governamentais, as quais nada mais representam o cumprimento das obrigações administrativas assumidas pelos agentes públicos, estes buscam através da publicidade institucional promoverem seus nomes, seus partidos, com vistas à obtenção de ganhos políticos-eleitorais. Esta é a posição geral sob o ponto de vista técnico-jurídico. Entretanto, há que se verificar o caso concreto trazido com a presente Representação.

É verdade que deve o administrador evitar o uso de símbolos ou expressões não oficiais que possam caracterizar o desvio de finalidade da publicidade realizada às custas do erário. **Entretanto, no caso sob exame, pode-se entender que o simples fato de ter sido impresso a foto do prefeito e da primeira dama entregando um documento de moradia a um cidadão de Cuiabá não visou diretamente a promoção de agentes públicos.**

Há que se examinar o objetivo perquirido pelos agentes, e nesse sentido, não há qualquer indicativo sólido nos autos que apontem para o uso da máquina pública para obtenção de autopromoção, pois da leitura dos indícios apresentados na representação, podemos extrair que o objetivo da ação pública foi promover um programa social que beneficiou a população mais carente da cidade de Cuiabá, com a entrega de Moradias.

Tratou-se de ação inclusiva e participativa não só das autoridades envolvidas na política pública mas também dos profissionais de outras áreas como exposto na manifestação da auditorias as fls. 36.

Ações dessa espécie demonstram ser importantes para a propagação de medidas consideradas fundamentais para o desenvolvimento das pessoas, especialmente, jovens, pois o poder público está ofertando oportunidades para que estes possam conhecer, prevenir e, sobretudo, desenvolver as suas qualificações, nos termos dos programas citados.

5.2 Aumento irregular de 25% do valor dos contratos números 197, 198, 199 e 200/2019.

A utilização dos valores dos contratos vigentes de publicidade é oriundo da concorrência pública n.º 23/2018, sendo o contrato da requerida o de n.º 199/2019.



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Esclarecemos que o referido tema já foi abordado acima mas não custa nada ressaltar novamente para que não haja dúvidas: A tabela apresentada com o comparativo de gastos por agência, analisa dois contratos distintos, com valores orçamentários em total discordância, o contrato vigente, e auditado pelo TCE foi assinado com as 4 agências em maio de 2019, sendo renovado em maio de 2020, onde, e de acordo com o item 4.9 do contrato vigente, havendo demanda necessária, **a contratante pode fazer a supressão ou aditivo de 25%**, e ao analisarmos o comparativo entre 2019 e 2020, **encontramos um acréscimo de apenas 21% DO CONTRATO E DA VIGÊNCIA**

Neste sentido prescreve o item 4.9: *"Quando CONTRATADA, ficará obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme art. 65 da lei 8.666/93."*

Além de que a planilha apresentada, faz a somatória de dois contratos, o que se extinguiu no dia 05 de maio de 2019, onde se apresenta os gastos com a ZF (ZIAD) no valor de R\$ 3.111.139,55 e os gastos com a Época no valor de R\$ 3.055.606,17, porém são valores alocados no contrato encerrado e não devendo ser computado ao valor do contrato assinado com as 4 agências vencedoras da concorrência (IMAGINE, DMD, GANZA e RENCA).

Sendo assim, recalculando os valores da forma correta, de acordo com os contratos, onde subtraímos o valor R\$ 6.166,745,72 (valores ZIAD + ÉPOCA) teremos o resultado que o aumento de 2018 para 2019 não condiz com o apresentado. O real valor gasto com as agências no contrato assinado em 2019, é de R\$ 26.386.702,61.

Em 2020, é apresentado uma indenização paga a agência ZIAD no valor de R\$ 202.814,30, que ainda é referente ao antigo contrato, mas contabilizado com o gasto do contrato atual, e se subtrair esse valor do total, o valor real do gasto de contrato é R\$ 39.331.672,55.

Portanto, em nosso entendimento, o gasto da atual gestão, somando os anos de contrato vigente em 2019 e 2020 é de R\$ 65.718.375,16, onde se dividirmos por 2, sendo a assinatura do contrato e a renovação, o valor apresentado é de R\$ 32.859.187,58 ou seja, **abaixo do valor publicado no contrato.**



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

5.3.1 Despesas irregulares, ilegais e não comprovadas.

É sabido existe dispositivos legais que regulam as comissões e como as agências de publicidade são remuneradas. São elas o art. 11 da Lei 4680/65, art. 11 do decreto n.º 57.690/66 bem como o art. 19 da Lei n.º 12.232/10.

Os contratos celebrados com as agências de publicidade, assim como ocorre com os demais casos envolvendo pagamento de despesas públicas, não decorre de um ato isolado, sendo fruto de um processo administrativo complexo, com a participação das demais unidades desta Secretaria para a concretização desse ato.

Desta forma, para o deslinde da questão, competiria ao Órgão de instrução dessa Corte, dentro do seu natural ônus probatório, trazer a lume a análise completa dos fluxos dos processos de pagamento efetuados pela Administração. Todavia, tal mapeamento não foi realizado.

Não se desconhece que a distribuição do *Ônus probandi* no âmbito dos Tribunais de Contas assume feições peculiares, pois se assentou na jurisprudência dominante que, em virtude do dever de prestar contas da aplicação de recursos sob sua guarda, fixado em nível constitucional e legal, competiria ao gestor público a prova da correta aplicação desses recursos.

Todavia, panorama diverso assume um típico processo de auditoria operacional (como a versado no presente processo), o qual, por sua natureza, altera, substancialmente, o cenário de distribuição do ônus da prova, como já reconhecido pelo egrégio Tribunal de Contas da União:

50. A jurisprudência pacífica desta Corte [...] firmou-se no sentido de que, nos processos de tomadas e prestações de contas, ocorre inversão do ônus da prova, cabendo ao gestor dos bens e recursos públicos comprovar sua boa e regular aplicação. Portanto, irão se perquirir de culpa (em sentido ampla) do responsável, mas tão-somente se houver a ocorrência do dano ao erário e a nexos causal entre a conduta do gestor e este dano. Por outro lado, nos processos decorrentes de fiscalização, não ocorre a inversão do ônus da prova. A responsabilidade é subjetiva, ou seja, depende da comprovação da ocorrência de dolo ou culpa, a cargo deste Tribunal. Tendo em conta estas premissas, tem-se por certo



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

que no presente processo de tomada de contas especial, oriundo de trabalho de fiscalização, deve ser perquirido se houve culpa ou dolo dos responsáveis, posto que estamos diante de responsabilidade do tipo "subjetiva" (AC-I 687- 1 7/08-1, Sessão: 28/05/08, Classe: I, Relator: Ministro Marcos Vinicius Vi/ação)

Pois bem feitas essas considerações esclarecemos que no item 5.3.1 onde se lê: *As criações e produções foram realizadas em excesso, ocorrendo casos de criações que tiveram o mesmo roteiro inserido em 6 (seis) OC's, e de produções que tiveram o mesmo vídeo ou tema em 4 (quatro) PP's, sendo que parte delas foram específicas para redes sociais, mas não localizadas na internet. Frisa-se que as criações e produções não comprovadas oportunamente necessitariam ainda ser comprovadas onde foram veiculadas sob pena de devolução de recursos ao erário (somente o conjunto criação, produção e veiculação estão amparadas na Lei 12.232/2010). Para exemplificar, as produções excessivas e desnecessárias, demonstram-se os dados das PP's e respectivos vídeos, que podem ser visualizados no link de acesso no quadro 12 fls. 49,*

Esclarecemos que o material produzido, foi roteirizado para conter o depoimento de um cidadão, validando as informações de como o trabalho da prefeitura, na pavimentação de ruas e avenidas, melhorou a vida, como o material foi produzido em época de pandemia, o trabalho de captação do depoimento foi realizado em outra diária para concluir o material, que já está ratificado no drive.

O material a que se refere a PP 224, traz informações mais detalhadas sobre o avanço nas obras dos dois viadutos que estavam em construção na época, o material contém cenas exclusivas das obras dos viadutos, a mensagem que o filme passada é de total importância para a população em geral, que pode acompanhar, tomar conhecimento e visualizar a construção além de trazer explicação para quem passa pelos locais das obras e será beneficiado após a entrega.

O material identificado pela PP 229, foi desenvolvido dentro da campanha Cuiabá da Gente, com objetivo de dar mais visibilidade para atos e realização da atual gestão, em que abrange o assunto de responsabilidade fiscal, o material produzido por outra agência e identificado pela PP 6205, conforme descreve o apontamento, foi realizado em outro cenário e com outra edição, porém cumpriu o objetivo de auxiliar na massificação da informação. Outro ponto a ser considerado, é que cada material produzido foi veiculado em meios de comunicação diferentes, alcançando um número maior da população



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

O material que se refere o vídeo da PP 230, foi entregue em duplicidade por erro interno, como os materiais foram produzidos abordando o tema obras de mobilidade urbana, porém a PP 224 apresenta o andamento das obras dos viadutos, enquanto a PP 230 é sobre as obras no contorno leste e o avanço na entrega dos viadutos.

Quanto às criações e produções voltadas para postagens em redes sociais da prefeitura (Instagram, Facebook, Youtube etc.) não houve demonstração da forma de monitoramento do engajamento dos usuários de internet, sendo que algumas plataformas que foram acessadas demonstraram baixa visualização desse tipo de publicidade, em contrapartida com os altos investimentos realizados pela prefeitura voltados para esse tipo de divulgação. Cabendo destacar que a Concorrência 23/2018 não abrangeu em seu objeto as publicidades e propagandas por meio digital.

Esclarecemos que: Uma das obrigações contratuais das agências que atendem a prefeitura, é sempre apresentar soluções e inovações em concordância com novas tecnologias, que melhor auxiliem a comunicação a massificar e dar visibilidade aos atos e ações da gestão municipal. De acordo com pesquisa do ano de 2020, publicadas pelo instituto Kantar IBOPE Média, o veículo internet, alcança 88% de penetração, sendo considerada a mídia que melhor atinge todos os públicos de interesse da gestão, sem determinação de faixa horária, sexo ou idade.

Onde se lê: Verificou-se que todos os vídeos produzidos pela IMAGINE que tiveram mais de um minuto foram todos voltados para as redes sociais, porém, muitos sem comprovação em quais dessas plataformas foram veiculados. Além disso, pouquíssimas visualizações das postagens possuem números expressivos. Por isso, a exemplo de outros órgãos da federação, as publicidades em meio digital da Secom deveriam ter processo licitatório regido pela Lei 8.666/93.

Esclarecemos que trazendo luz sobre esse apontamento, as redes sociais não são compreendidas como "veículos de comunicação" pelos órgãos reguladores de contas públicas, por não possuírem tabelas fixas de valores específicos, como televisão, rádio e impressos.

Porém, dentro do dinamismo das redes sociais, a agência que atende um cliente privado, pode trabalhar com filtros e estratégias desenvolvidas de forma "patrocinada" para aumentar a visibilidade e alcance de uma campanha.



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

O que ainda não é possível para contas públicas, que nos permitem trabalhar apenas de forma orgânica, onde não obtém o mesmo resultado, pois não é possível estabelecer um público que se busca atingir, em qual região o material terá maior repetição, e estratégias como mídia programática ainda não são totalmente aceitas por órgão reguladores, tendo a agência realizado consultas a outros poderes, prefeituras de outras regiões do país e procurado por jurisprudências que apoiassem essa ação de comunicação.

Informamos ainda, que o material também se destinou a veiculação nas TVs internas da prefeitura (monitores nos elevadores, em secretarias e órgãos de atendimento ao público), levando ao conhecimento tanto do público geral que procura atendimento na prefeitura, quanto um trabalho de endomarketing para os servidores acompanharem as ações da prefeitura.

Onde se lê: Ressalta-se, ainda, a ocorrência de despesas com patrocínio, igualmente a achado de auditoria observado no exercício de 2018, configurando realização de despesas de eventos particulares, discriminado como "Campanha Corrida de Reis 2020", contrariando o artigo 2º da Lei nº 12.232/2010 e o Acórdão 2.062/2006-Plenário TCU, e configurando despesas com patrocínio sem a devida regulamentação, lesivas ao erário, cujo valor deve ser restituído ao erário, de forma solidária, pelos responsáveis.

Transcreve-se trecho do Acórdão 2.062/2006-Plenário TCU:

9.1.5. assegure que os integrantes do Secom realizem licitações independentes, sem a intermediação das agências de propaganda, para a contratação dos seguintes serviços:

9.1.5.1. assessoramento e apoio na execução de ações de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção e patrocínios;

9.1.5.2. organização de eventos; 9.1.5.3. planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições; e

9.1.5.4. outros serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação do contratante.

De todo exposto, não somente o Poder Público, mas também as agências devem zelar pelo bom cumprimento de suas atividades, especialmente no que tange ao item 18 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, cujo trecho transcreve-se:



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

18. O profissional de propaganda deve conhecer a legislação relativa a seu campo de atividade, e como tal é responsável pelas infrações que, por negligência ou omissão intencional, levar o cliente a cometer, na execução do plano de propaganda que sugeriu e recomendou.

Demonstram-se as despesas com patrocínio veiculadas em janeiro de 2020 por intermédio da agência IMAGINE, cujo valor de R\$ 235.936,47 deverá ser ressarcido aos cofres municipais – quadro 13 as fls. 59.

Esclarecemos que: **Os valores apresentados e denominados como “patrocínio” pelo TCE, estão pontuados de forma incorreta, tendo em vista que a agência IMAGINE intermediou a negociação de um plano comercial, com o objetivo de gerar uma economicidade para a gestão, tendo negociado um pacote de inserções com valores diferenciados, demonstrado abaixo, com essa negociação gerou um benefício para o cliente.**

Visando corroborar com as informações aqui trazidas, exemplificamos da seguinte forma:

Inserções Comerciais – Valor Tabela Cheia Bom Dia MT 3.940,00

MT TV 1ª Edição 8.984,00;

Globo Esporte 9.102,00;

Jornal Nacional R\$ 25.868,00;

MT TV 2ª Edição R\$ 13.986,00;

Novela II R\$ 15.612,00;

Globo Repórter R\$ 13.774,00;

Esporte Espetacular R\$ 9.756,00;

Fantástico R\$ 22.298,00;

Jornal Hoje R\$ 10.114,00;

Total Mídia R\$ 133.434,00.

A entrega da mídia de apoio, caso a agência tivesse comprada inserções fora do plano comercial, com o valor de tabela cheia, teria um custo muito maior ao cliente Mídia de Apoio.

Bom dia Mato Grosso R\$ 3.940,00 x 2 inserções = R\$ 7.880,00;

MT TV 1ª Edição R\$ 8.984,00 x 2 inserções = R\$ 17.968,00;



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

Jornal Nacional R\$ 25.868,00 x 3 Inserções = R\$ 77.604,00;

Novela III R\$ 25.288,00 x 2 inserções = R\$ 50.576,00;

Domingão do Faustão R\$ 17.622,00 x 1 Inserção = R\$ 17.622,00;

Fantástico R\$ 22.296,00 x 1 inserção = R\$ 22.296,00;

Total Mídia Apoio R\$ 193.946,00.

Total do Plano Comercial PI 431 R\$ 166.430,16.

Total de compra de inserções fora do plano comercial, com a mesma entrega R\$ 327.380,00.

As peculiaridades da comunicação são mesmo difíceis de compreender, porém não impossíveis e apesar das exaustivas explicações às auditoras, as mesmas insistem, neste relatório, que os seus modelos, idealizados, deveriam ser utilizados, caso contrário há irregularidade. Discordamos, pois nenhuma legislação foi descumprida a ponto de justificar atribuição de irregularidade e penalidade, ainda que seja na esfera administrativa.

A fiscalização de contratos públicos se pauta pelos princípios que regem a Administração Pública, respeitados, é claro, os limites da segregação de funções, para que cada especialista, nas determinadas áreas, desenvolva seus trabalhos de forma eficiente.

Todos os processos atestados por este fiscal de contrato contavam com os documentos necessários de comprovação de serviço realizado e dentro dos valores de cada um dos veículos, de acordo com suas tabelas. O fato de as auditoras não terem encontrado, nos documentos entregues, algum valor específico que buscavam não pode ser utilizado como uma injusta justificativa de uma suposta irregularidade capaz de imputar responsabilidade de ressarcimento ao erário, para não configurar locupletamento do Município, ou seja, serviço realizado, despesa comprovada, pagamento efetuado e uma ilegal devolução destes valores que está sendo sugerida no Relatório Técnico.

Não obstante, o Ministro Gilmar Mendes, em seu voto quando do Julgamento da AD! 1923 em relação a Lei de Organizações Sociais do País considerou que: *Esse novo modelo de administração gerencial realizado por entidades públicas, ainda que não estatais, está voltado mais para o alcance de metas do que para a estrita observância de procedimentos. A busca da eficiência dos resultados, por meio da flexibilização de procedimentos, justifica a implementação de um regime todo especial, regido por regras*



Ribeiro Rocha
ADVOGADOS ASSOCIADOS

que respondem a racionalidades próprias do direito público e do direito privado. (Grifos nosso).

Por tais razões, os achados apontados pelo TCE podem ser vistos como meras irregularidades de ordem formal, sem qualquer condão de acarretar a prática de ato grave ao contrato.

Esclarece-se, por fim, que este Manifestante se dispõe a apresentar quaisquer esclarecimentos adicionais que entendam necessários

Diante do exposto, é a presente para requerer:

- a) Seja recebida e processada a presente manifestação, eis que tempestiva e que sejam desconsideradas todas as supostas irregularidades equivocadamente atribuídas a esta manifestante.
- b) Caso assim não entendam, que seja oportunizado prazo para sanar as responsabilidades, sejam elas individuais ou solidárias mediante os apontamentos individualizados, com valores específicos, respeitando as datas em que este manifestante começou a prestar serviços junto ao ente público.
- c) Que as possíveis futuras intimações referentes a este processo sejam feitas no endereço pessoal do manifestante apontado em sua qualificação.

Termos em que,

Pede e espera deferimento.

Cuiabá/MT, 07 de dezembro de 2021.


MÁRCIO RIBEIRO ROCHA

OAB/MT 13.281

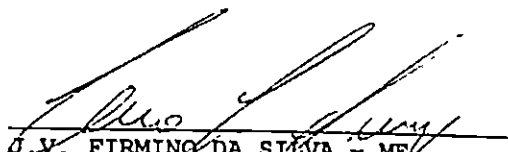
PROCURAÇÃO AD JUDICIA ET EXTRA

Outorgante: J.V. FIRMINO DA SILVA - ME, pessoa jurídica de direito privado, devidamente inscrita no CNPJ n.º 18.689.930/0001-60, neste ato representada por CAIO FERMINO SOARES, brasileiro, solteiro, publicitário, inscrito no CPF 729.074.601-53.

Outorgado: Dr. Márcio Ribeiro Rocha, brasileiro, solteiro, advogado devidamente inscrito na OAB/MT sob o n.º 13.281, este com endereço profissional sito na Av. Presidente Marques n.º 1.340, Bairro Santa Helena, Cep. 78.045-100, fone/fax (65) 3621-2108, Cuiabá-MT.

Poderes: conferem os poderes contidos no art. 38 do CPC a fim de que agindo em conjunto ou separadamente, possa defender os interesses e direitos do Outorgante perante qualquer Juízo, Instância ou Tribunal, Repartição Pública, Autarquia ou Entidade Paraestatal, onde necessária seja a apresentação de mandato, e usando os recursos que se ficarem oportunos, dar e receber quitação, prestar declarações, assinar termos, reclamar, conciliar, desistir, transigir, Habeas Corpus fazer acordo, confessar, firmar compromissos, bem como substabelecer a presente, com ou sem reserva de poderes, se assim lhes convier, praticando enfim, todos os atos necessários para o bom e fiel desempenho deste mandato, especificamente para defesa nos autos do processo 576166/2021 junto ao Tribunal de Contas do Estado de Mato Grosso.

Cuiabá/MT, 09 de dezembro 2021.


J.V. FIRMINO DA SILVA - ME
OUTORGANTE

Av. Presidente Marques, nº 1340 - Bairro Santa Helena - Cuiabá - MT - CEP: 78.045-100
Fone /Fax nº 3621-2108 - e-mail: marciorr.adv@gmail.com



Ministério da Economia
Secretaria de Governo Digital
Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração
Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico - SEDEC

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)

NIRE (da sede ou filial, quando a sede for em outra UF)

Código da Natureza Jurídica

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

51101959127

2135

1 - REQUERIMENTO

ILMO(A). SR.(A) PRESIDENTE DA Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

Nome: J.V. FERMINO DA SILVA

(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

Nº FCN/REMP



MTN2115155549

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
------------	---------------	------------------	------	---------------------------

1	002			ALTERACAO
		2221	1	ALTERACAO DO TITULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA)
		2247	1	ALTERACAO DE CAPITAL SOCIAL

CUIABA
Local

14 Outubro 2021
Data

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:

Nome: _____

Assinatura: _____

Telefone de Contato: _____

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL

DECISÃO SINGULAR

DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) igual(ais) ou semelhante(s):

SIM

SIM

Processo em Ordem
A decisão

Data

Responsável

NÃO

Data

Responsável

NÃO

Data

Responsável

DECISÃO SINGULAR

- Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)
- Processo deferido. Publique-se e archive-se.
- Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

Data

Responsável

DECISÃO COLEGIADA

- Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)
- Processo deferido. Publique-se e archive-se.
- Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

5ª Exigência

Data

Vogal

Vogal

Vogal

Presidente da _____ Turma

OBSERVAÇÕES



Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

Certifico registro sob o nº 2428312 em 18/10/2021 da Empresa J.V. FERMINO DA SILVA, CNPJ 18689930000160 e protocolo.211363081-14/10/2021. Autenticação: 35B6D2C7543B4CF42C5D1FFE8157B181ABA04B3D. Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemat.mt.gov.br/> e informe nº do protocolo 21/136.308-1 e o código de segurança MXWL Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 18/10/2021 por Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral.

Julio Frederico Muller Neto
JULIO FREDERICO MULLER NETO
SECRETÁRIO GERAL




JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MATO GROSSO

Registro Digital

Capa de Processo

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/136.308-1	MTN2115155549	14/10/2021

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
174.314.681-72	JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA	14/10/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br: 		
Selo Ouro - Certificado Digital		



Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

Certifico registro sob o nº 2428312 em 18/10/2021 da Empresa J.V. FERMINO DA SILVA, CNPJ 18689930000160 e protocolo 211363081 - 14/10/2021. Autenticação: 35B6D2C7543B4CF42C5D1FFE8157B181ABA04B3D. Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemat.mt.gov.br/> e informe nº do protocolo 21/136.308-1 e o código de segurança MXWL Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 18/10/2021 por Julio Frederico Muller Neto – Secretário-Geral.


JULIO FREDERICO MULLER NETO
SECRETÁRIO GERAL

NÚMERO DE IDENTIFICAÇÃO DO REGISTRO DE EMPRESA - NIRE DA SEDE 5110195912-7		NIRE DA FILIAL (preencher somente se ato referente a filial)	
NOME DO EMPRESÁRIO (completo sem abreviaturas) JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA			
NACIONALIDADE BRASILEIRA		ESTADO CIVIL DIVORCIADO	
SEXO M <input checked="" type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>	REGIME DE BENS (se casado)		
FILIAÇÃO VICENTE FERMINO DA SILVA		(mãe) ALMIRANDA FERMINO DA SILVA	
NASCIDO EM (data de nascimento) 31/03/1958	IDENTIDADE (número) 905792	Orgão Emissor SEJSP	UF MS
CPF (número) 174.314.681-72		EMAIL CAIO@IMAGINEAGENCIA.COM.BR	
EMANCIPADO POR (forma de emancipação somente no caso de menor)			
DOMICILIADO NA (LOGRADOURO rua, av, etc.) AVENIDA GOIAS			NÚMERO 1824S
COMPLEMENTO FUNDOS	BAIRRO / DISTRITO VENEZA	CEP 78455000	
MUNICÍPIO LUCAS DO RIO VERDE	UF MT		
Declaro que a atividade se <input type="checkbox"/> ENQUADRA <input type="checkbox"/> REENQUADRA <input type="checkbox"/> DESENQUADRA <input type="checkbox"/> MICROEMPRESA - ME <input type="checkbox"/> EMPRESA DE PEQUENO PORTE - EPP nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006			
Declaro, sob as penas da lei, inclusive que são verdadeiras todas as informações prestadas neste instrumento e quanto ao disposto no artigo 299 do Código Penal, não estar impedido de exercer atividade empresária, não possuir outro registro de empresário e requer à Junta Comercial do Estado de Mato Grosso:			
ATO 002	DESCRIÇÃO DO ATO ALTERACAO	EVENTO 2221	DESCRIÇÃO DO EVENTO ALTERACAO DO TITULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA)
EVENTO 2247	DESCRIÇÃO DO EVENTO ALTERACAO DE CAPITAL SOCIAL	EVENTO	DESCRIÇÃO DO EVENTO
NOME EMPRESARIAL J.V. FERMINO DA SILVA			
LOGRADOURO (rua, av, etc.) RUA SAO MATEUS			NÚMERO 62
COMPLEMENTO QUADRA C LOTE 2-A SALA 01	BAIRRO / DISTRITO JARDIM SANTA MARTA	CEP 78043675	
MUNICÍPIO CUIABA	UF MT	PAIS BRASIL	CORREIO ELETRÔNICO (E-MAIL) CAIO@IMAGINEAGENCIA.COM.BR
VALOR DO CAPITAL - R\$ 1.000.000,00	VALOR DO CAPITAL (por extenso) UM MILHÃO DE REAIS		
CÓDIGO DE ATIVIDADE ECONÔMICA (CNAE) Atividade principal 7311400 Atividades secundárias	DESCRIÇÃO DO OBJETO AGENCIAS DE PUBLICIDADE		
DATA DE INÍCIO DAS ATIVIDADES 12/08/2013	NÚMERO DE INSCRIÇÃO NO CNPJ 18689930000160	TRANSFERÊNCIA DE SEDE OU DE FILIAL DE OUTRA UF NIRE anterior	UF
ASSINATURA DA FIRMA PELO EMPRESÁRIO (ou pelo representante/assistente/gerente) (campo de preenchimento facultativo)			USO DA JUNTA COMERCIAL DEPENDENTE DE AUTORIZAÇÃO GOVERNAMENTAL: <input type="checkbox"/> SIM <input checked="" type="checkbox"/> NÃO
DATA DO DOCUMENTO 14/10/2021	ASSINATURA DO EMPRESÁRIO		
PARA USO EXCLUSIVO DA JUNTA COMERCIAL			
DEFERIDO. PUBLIQUE-SE E ARQUIVE-SE.		AUTENTICAÇÃO	
		AUTENTICAÇÃO DIGITAL, NOS TERMOS DO DISPOSTO NO § 3º DO ART. 4º DA IN-DREI 03/2013, EVIDENCIADA EM RODAPÉ, APÓS A APROVAÇÃO DO ATO	

MÓDULO INTEGRADOR: MTN2115155549



MT71589072



Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

Certifico registro sob o nº 2428312 em 18/10/2021 da Empresa J.V. FERMINO DA SILVA, CNPJ 18689930000160 e protocolo 211363081 - 14/10/2021. Autenticação: 35B6D2C7543B4CF42C5D1FFE8157B181ABA04B3D. Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemat.mt.gov.br/> e informe nº do protocolo 21/136.308-1 e o código de segurança MXWL Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 18/10/2021 por Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral.

JULIO FREDERICO MULLER NETO
SECRETÁRIO GERAL



JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MATO GROSSO

Registro Digital

Documento Principal

Identificação do Processo		
Número do Protocolo	Número do Processo Módulo Integrador	Data
21/136.308-1	MTN2115155549	14/10/2021

Identificação do(s) Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
174.314.681-72	JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA	14/10/2021

Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do gov.br

Selo Ouro - Certificado Digital

Junta Comercial do Estado de Mato Grosso



Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

Certifico registro sob o nº 2428312 em 18/10/2021 da Empresa J.V. FERMINO DA SILVA, CNPJ 18689930000160 e protocolo 211363081 - 14/10/2021. Autenticação: 35B6D2C7543B4CF42C5D1FFE8157B181ABA04B3D. Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemat.mt.gov.br/> e informe nº do protocolo 21/136.308-1 e o código de segurança MXWL. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 18/10/2021 por Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral.

JULIO FREDERICO MULLER NETO
SECRETÁRIO GERAL



Sistema Nacional de Registro de Empresas Mercantil - SINREM
 Governo do Estado de Mato Grosso
 Secretaria de Estado da Fazenda do Estado de Mato Grosso
 Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

TERMO DE AUTENTICAÇÃO - REGISTRO DIGITAL

Certifico que o ato, assinado digitalmente, da empresa J.V. FERMINO-DA SILVA, de CNPJ 18.689.930/0001-60 e protocolado sob o número 21/136.308-1 em 14/10/2021, encontra-se registrado na Junta Comercial sob o número 2428312, em 18/10/2021. O ato foi deferido eletronicamente pelo examinador Dahirze Oliveira.

Certifica o registro, o Secretário-Geral, Julio Frederico Muller Neto. Para sua validação, deverá ser acessado o sítio eletrônico do Portal de Serviços / Validar Documentos (<https://portalservicos.jucemat.mt.gov.br/Portal/pages/imagemProcesso/viaUnica.jsf>) e informar o número de protocolo e chave de segurança.

Capa de Processo

Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
174.314.681-72	JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA	14/10/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do		
Selo Ouro - Certificado Digital		

Documento Principal

Assinante(s)		
CPF	Nome	Data Assinatura
174.314.681-72	JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA	14/10/2021
Assinado utilizando o(s) seguinte(s) selo(s) do		
Selo Ouro - Certificado Digital		

Data de início dos efeitos do registro (art. 36, Lei 8.934/1994): 14/10/2021.



Documento assinado eletronicamente por Dahirze Oliveira, Servidor(a) Público(a), em 18/10/2021, às 07:58.



A autenticidade desse documento pode ser conferida no portal de serviços da jucemat informando o número do protocolo 21/136.308-1.



Junta Comercial do Estado de Mato Grosso

Certifico registro sob o nº 2428312 em 18/10/2021 da Empresa J.V. FERMINO DA SILVA, CNPJ 18689930000160 e protocolo 211363081-14/10/2021. Autenticação: 35B6D2C7543B4CF42C5D1FFE8157B181ABA04B3D. Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemat.mt.gov.br/> e informe nº do protocolo 21/136.308-1 e o código de segurança MXWL Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 18/10/2021 por Julio Frederico Muller Neto - Secretário-Geral.

JULIO FREDERICO MULLER NETO
 SECRETÁRIO GERAL



JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MATO GROSSO

Registro Digital

O ato foi deferido e assinado digitalmente por :

Identificação do(s) Assinante(s)	
CPF	Nome
955.179.101-06	JULIO FREDERICO MULLER NETO

Cuiabá, segunda-feira, 18 de outubro de 2021

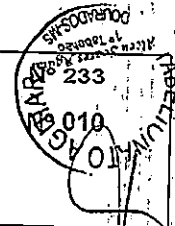


REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
COMARCA DE DOURADOS - ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
TABELIONATO AGUIAR

Dr. Alceu Soares Aguiar
OFICIAL

Alceu Baggio Aguiar
SUBSTITUTO

LIVRO
FOLHA



PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: JV FERMINO DA SILVA - ME
OUTORGADO: CAIO FERMINO SOARES.

S A I B A M quantos este Público Instrumento de Procuração bastante virem que no ano do Nascimento de Nosso Senhor Jesus Cristo de Dois Mil e Quinze (2015), aos vinte e cinco (25) dias do mês de Junho (06), do dito ano, nesta cidade e Comarca de Dourados, Estado de Mato Grosso do Sul, em Cartório, perante mim Escrevente Autorizado, compareceu como Outorgante: JV FERMINO DA SILVA ME, Micro Empresa, inscrita no CNPJ nº 18.689.930/0001-60, com sede na Rua São Matheus, nº 62, Bairro Santa Martha, na cidade de Cuiabá/MT, representada neste ato pelo seu proprietário, Sr. JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA, brasileiro, separado judicialmente, Fotógrafo, portador da CNH nº 00319068070-DETRAN/MS e titular do CPF/MF nº 174.314.681-72, filho de Vicente Fermino da Silva e Almiranda Fermino da Silva, natural de Dourados/MS, nascido aos 31/03/1958, residente e domiciliado na Rua Floriano Brum, nº 312, Jardim Paulista, na cidade de Dourados/MS, habilitado nos termos de Empresário Individual, devidamente registrado na Junta Comercial do Estado de Mato Grosso, sob o nº 20159606756, em data de 26/02/2015-Protocolo 15/960675-6 de 25/02/2015-NIRE-51101959127, e Certidão Simplificada, expedida em data de 22 de junho de 2015, pela junta comercial do Estado de Mato Grosso/MT; A comparecente reconhecida como a própria consoante os documentos identificatórios acima mencionados e a mim exibidos, representada pelo sócio habilitado, dou fé. E que, por este Público Instrumento e nos termos de direito, nomeia e constitui seu bastante procurador: CAIO FERMINO SOARES, Brasileiro, Solteiro, Maior, Capaz, Publicitário, portador da CI-RG nº 925.047 SSP/MS e titular do CPF/MF nº 729.074.601-53, residente e domiciliado na cidade de Cuiabá/MT, na rua Historiador Rubens Mendonça, nº 3061, Apartamento 903; A quem confere e outorga os mais amplos e gerais poderes para o fim especial de: Gerir e administrar a Empresa Outorgante, nos seguintes atos: A) Proceder os registros e autenticações de livros e demais documentos, assinar balanços e demais demonstrações contábeis; B) Representar a Empresa, perante as repartições públicas em geral, estaduais, municipais, autarquias, ministérios, secretarias, departamentos, entidades da previdência privada, Tabelionatos de Notas, Registro de Imóveis, Instituto Nacional de Seguridade Social-INSS, Previdência Social, Secretaria de Fazenda, Agenfa, Iagro, Ibama, Incra, Imasul, INSS, ISS, Sanesul, Enersul, Instituto de Previdência do Estado, Companhia de Telecomunicações, Detran, empresa Brasileira dos Correios e Telégrafos, cartórios eleitorais, CIAT, Ministério do Trabalho e Emprego-MTE e onde mais necessário se fizer, ali tudo requerendo, alegando, promovendo, autorizando, podendo declarar, ratificar, assinar e receber o que preciso for e de interesse dela outorgante; C) Abrir, movimentar e encerrar conta-corrente, movimentar por meios

Rua João Rosa Goes, 605 - CEP 79.804-020 - Fone (67) 3416-9200 - Fax (67) 3421-5686 - Cx. Postal 154 - Dourados - MS





REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
COMARCA DE DOURADOS - ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
TABELIONATO AGUIAR

Dr. Alceu Soares Aguiar
 OFICIAL

Alceu Baggio Aguiar
 SUBSTITUTO

LIVRO Nº 233
 FOLHA Nº 010 Vº



eletrônicos, fazer depósitos e retiradas em dinheiro, pedir extratos, verificar saldos, fazer aplicações de qualquer espécie, fazer declarações e atualizar cadastros, fazer transferências, requerer e retirar cartão magnético, desbloquear cartão magnético, registrar e desbloquear senhas, receber quaisquer quantias, passar recibos, dar quitação, podendo requisitar e retirar talões de cheques, assinar cheques, emitir e endossar cheques, retirar cheques devolvidos, inclusive ainda realizar operações de empréstimos e/ou financiamentos, junto a agência bancária, ajustar os valores, cláusulas e condições dos empréstimos e/ou financiamentos; assinar contratos, concordar com cláusulas e condições, concordar com valores; receber, em nome da outorgante, citações, intimações, e notificações em procedimentos judiciais ou extrajudiciais; confessar, transigir, desistir, firmar compromissos, renunciar direitos; fazer acordos; requerer, assinar, promover e encaminhar o -que for necessário perante a agência bancária; quitar total ou parcial os empréstimos e/ou financiamento; E, enfim, tudo o mais praticar nos limites de administração, embora aqui omitidos, podendo ainda substabelecer, no todo ou em partes, com ou sem reserva de iguais poderes para si. Assim disse, dou fé. Os documentos apresentados, ficam arquivados nesta Serventia em Pasta própria do Livro nº 233, às Fls 010; A pedido, digitando lhe lavrei este, o qual lido e achado, conforme vai assinado pelo Outorgante o qual disse-me ainda que de conformidade com o Artigo 1º do Provimento 01/82 da CGJ/MS, dispensam a presença das testemunhas Instrumentárias, dou fé. Eu [assinatura] (ROSANGELA POLOVI NEY) a digitei e Eu [assinatura] (RODRIGO HINTERHOLTZ) ESCRIVENTE AUTORIZADO, a fiz digitar, conferi, imprimir e assino em Público e raso. "VÁLIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICIDADE" - No primeiro traslado foi utilizado o Selo Digital de Autenticidade de nº AJP 80425 - Código Verificador:032. ESTE SELO PODERÁ SER CONFERIDO E AUTENTICADO NO SITE:"www.tjms.jus.br/corregedoria/selos/pesquisaSelo.php". **Emolumentos:** R\$62,00; Funjecc 5%: R\$3,10; Funjecc 10%: R\$6,20; Funadep 6%: R\$3,72; Funde-PGE 4%: R\$2,48; FEADMP/MS 10%: R\$6,20; ISSQN 5%: R\$3,10. - EM TESTº DA VERDADE.

[assinatura]
 JUV FERMINO DA SILVA ME - OUTORGANTE.
 Rep. JOSE VICENTE FERMINO DA SILVA - PROPRIETÁRIO

[assinatura]
 RODRIGO HINTERHOLTZ - ESCRIVENTE AUTORIZADO.

TABELIONATO AGUIAR - OFICINA DE REGISTRO DE IMÓVEIS
 Rua: [endereço] - Fone: [telefone] - CEP: [CEP] - Dourados - MS

CERTIDÃO
 Certifico que a presente é cópia fiel das folhas 10/10V do Livro nº 233, PROCURAÇÃO. Certifico ainda que o dito instrumento até a presente data não foi revogado, continua em pleno vigor. Nada mais. Dourados-MS, 21/01/2021. **Emolumentos:** 29,00. Funjecc/Funadep/Feadmp/MS 8%. Issqn 1,45. Selo 1,50. ADV. VICTÓRIA

Gilce de Oliveira Soares - Escrivente

TABELIONATO AGUIAR - OFICINA DE REGISTRO DE IMÓVEIS
 Rua: [endereço] - Fone: [telefone] - CEP: [CEP] - Dourados - MS

SELO DIGITAL AEJ09593-036-NOR
 Data: 21/01/2021
 Ato: 102 - Certidão ou traslado incluído a busca

Emolumento	Funjcc/Funadep/Feadmp-MS	R\$ 29,00
ISSQN	Selo	R\$ 1,45
	Valor Total	R\$ 30,65

<http://www.tjms.jus.br/corregedoria/selos/pesquisaSelo.php>