



Nelson Wilians

& Advogados Associados

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA ASSEMBLÉIA
LEGISLATIVA DO ESTADO DO TOCANTINS E ILUSTRÍSSIMO
SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO**

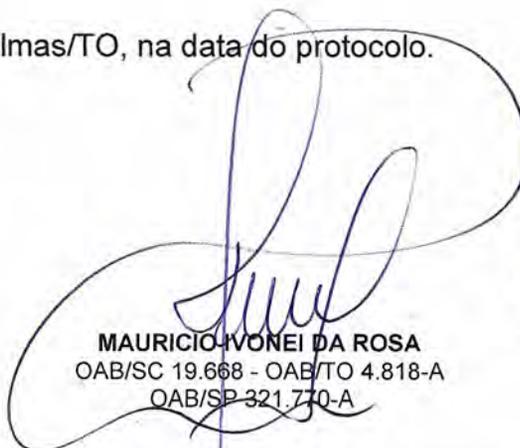
LICITAÇÃO

MODALIDADE CONCORRÊNCIA N.º 01/2013.

PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ n.º: 06.170.766/0001-09, com sede na Quadra 112 Sul, Rua SR 07, Lote 10, na cidade de Palmas, CEP 77.020-176, neste ato representada pela sua Sócia Administradora, Sra. **ZELMA COELHO SANTOS**, portadora do CPF/MF n.º. 456.417.061-91, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, por intermédio de seus advogados e bastantes procuradores que esta subscrevem, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** consoante razões em anexo, requerendo seu processamento na forma da Lei.

Requer, igualmente, a Vossa Senhoria o recebimento desta, submetendo o presente Recurso à Autoridade Superior, para apreciação dos fatos e fundamentos a seguir aduzidos.

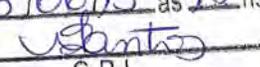
Palmas/TO, na data do protocolo.


MAURICIO IVONEI DA ROSA
OAB/SC 19.668 - OAB/TO 4.818-A
OAB/SP 321.770-A

www.nwadv.com.br

RECEBEMOS

Em 03/06/13 às 15 hs. 46 min


CPL
Cleida Alves dos Santos
Assistente de Gabinete da CPL
Assembleia Legislativa

1



Nelson Wilians

& Advogados Associados

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA ASSEMBLÉIA
LEGISLATIVA DO ESTADO DO TOCANTINS E ILUSTRÍSSIMO
SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE
LICITAÇÃO**

CONCORRÊNCIA Nº: 001/2013

RECORRENTE: PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA

RAZÕES DA RECORRENTE

1. SÍNTESE DOS FATOS

Em 2013 a Assembléia Legislativa do Estado do Tocantins lançou procedimento licitatório na modalidade CONCORRÊNCIA, tipo MELHOR TÉCNICA, destaque, MELHOR TÉCNICA, com a finalidade de selecionar a melhor proposta para a contratação de serviços de publicidade, que serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário, consubstanciado no conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, compra de mídia e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, além das atividades complementares, cite-se, os serviços especializados pertinentes citados no item 1.1.1.



Nelson Wilians

& Advogados Associados

No dia 24 de maio foi aberta a 2ª sessão pública com a participação de várias empresas, dentre elas a **RECORRENTE**.

Na referida sessão, apurou-se o resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos, conforme se extrai da ata da 2ª sessão:

- a) *A abertura dos invólucros com a via identificada (invólucro n. 2) do plano de comunicação publicitária;*
- b) *Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;*
- c) *Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;*
- d) *Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.*

Ao final da sessão, a Comissão de Licitação apresentou a ordem de classificação consubstanciada na planilha que apresenta as notas do plano de comunicação publicitária (envelopes 01 x 02) e repertório, capacidade, atendimento, relatos (envelope 03), proclamando como vencedoras, respectivamente, as empresas **TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., AGENCIA MULTIFASE FDE PROPAGANDA LTDA, CANNES, IDEIA 3 e ESPAÇO NOBRE**

Ocorre que, quando da apuração da nota técnica, a comissão de licitação andou mal e com isso, considerou a avaliação técnica do Plano de Comunicação Publicitária das citadas empresas mais alta que outras concorrentes, em especial à **RECORRENTE**, ferindo as regras editalícias, como se passa a expor.



Nelson Wilians

& Advogados Associados

DAS ILEGALIDADES DA TV3

2. DA VIOLAÇÃO DO ITEM 3.1.2.4

Oportuno observar a dicção do item no edital:

3.1.2.4 O plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quando a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou razuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- *Em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;*
- *Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;*
- *Sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;*
- *Com textos justificados;*
- *Com espaçamento “simples” “entre as linhas”;*
- *Com texto em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho 12 pontos;*
- *Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;*
- *Em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;*
- *Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, ambas em branco;*
- *Sem identificação da licitante.*

A agência TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA desobedece o Edital de Concorrência 01/2013 em seu item 3.1.2.4. ao:

1.1- Apresentar páginas na orientação paisagem;

1.2- Apresentar espaçamento duplo entrelinhas;



Nelson Wilians

& Advogados Associados

1.3- Apresentar **trechos do texto em negrito;**

1.4- Apresentar **páginas sem a devida numeração.**

Em toda a proposta da licitante **TV3** verifica-se falhas de cunho formal que viciam o certame, mormente por possibilitar a identificação da mesma, desequilibrando o processo licitatório. Todavia, a subcomissão técnica não levou esse descumprimento do instrumento convocatório em consideração, comprometendo a lisura de todo o procedimento.

Trata-se, na espécie de vício formal que vicia todo o procedimento, que não se convalida e que fere de morte os princípios basilares da administração pública e da lei de licitações.

Escoimar vícios formais não é mera possibilidade, mas obrigação da administração pública, o que se espera dessa r. Casa de Leis.

3. DA VIOLAÇÃO DO ITEM 4.1.1.1 - RACIOCÍNIO BÁSICO

Ainda sobre a proposta técnica, o edital do Certame diz que a mesma consistirá em quatro quesitos, quais sejam, Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Sobre o Plano de Comunicação Publicitária, tem-se em relação ao item 4.1.1.1

“Raciocínio Básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da AL/TO e a compreensão sobre o desafio de comunicação, de acordo com as informações contidas no Briefing;”



Nelson Wilians

& Advogados Associados

A agência TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, mais uma vez desobedece as regras do Processo Licitatório ao considerar, como problema específico de comunicação da AL/TO, a necessidade de divulgar a TV Assembléia e o Parlamento Popular, que são apenas projetos da AL/TO, totalmente dissonantes do objeto e objetivos da contratação.

O Briefing é de clareza solar ao dizer peremptoriamente que o problema específico de comunicação é:

“Planejar, criar e sugerir ações por meio de uma campanha publicitária que mostre à população a importância das decisões e acontecimentos da ASSEMBLEIA, cuja atual gestão está pautada pela TRANSPARÊNCIA, INTEGRAÇÃO, AGILIDADE E EMPREENDEDORISMO. A intenção é mostrar uma Casa em constante movimentação e dinamismo para que a população entenda a importância da Casa na vida dos tocantinenses, estimulando a participação e as discussões dos cidadãos nos assuntos da ASSEMBLEIA.”

Nesse quesito, que valeria a pontuação máxima de 10 pontos, a TV3 obteve **pontuação 9**, com a justificativa da Subcomissão técnica de que **“atendeu ao briefing”**.

Todavia, a Subcomissão Técnica andou mal, mormente por desrespeitar as regras do edital, em especial, as diretrizes para elaboração do Plano de Comunicação Publicitária.

Pelos motivos aqui expostos, a **RECORRENTE** discorda veementemente e requer a revisão da nota atribuída à TV3 neste quesito, mormente em diminuir seu valor, pois a Subcomissão Técnica não se atentou ao fato de que o subitem pede **“um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária**



Nelson Wilians

& Advogados Associados

da AL/TO e a compreensão sobre o desafio de comunicação, de acordo com as informações contidas no briefing", e com isso, fere as regras do certame.

Neste item, com a **RECORRENTE** Public recebeu nota 8,3, com a justificativa de que "**contemplou os pontos previstos nos subquesitos**".

Causa espécie a contradição ou o direcionamento dado pela Subcomissão, pois, ao afirmar que a **RECORRENTE**, tal qual a TV3, tenha contemplado todos os pontos previstos no Briefing, porque a nota ficou inferior a da Empresa TV3?

Além desse deslize, a Subcomissão descumpriu normas do instrumento convocatório soberano, e por isso, deve ser revisto por essa r. Comissão, sob pena de ver uma ilegalidade se consolidar, não oportunizando à Assembléia a contratação de empresa mais capacitada e com a proposta mais favorável.

4. DA VIOLAÇÃO DO ITEM 4.1.1.2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Outro quesito ferido pela TV3, e que a Subcomissão não observou, refere-se à Estratégia de Comunicação. Tem-se em relação ao item 4.1.1.2

Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em que o licitante apresentará as linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela AL/TO, compreendendo:

A) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, a seu juízo, devem fundamentar a proposta de



Nelson Wilians & Advogados Associados

*solução publicitária do desafio de comunicação da
AL/TO*

- B) *Explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e os meios de divulgação instrumentos e ferramentas utilizar.*

A Subcomissão de licitação, mais uma vez desprestigiou a norma posta para a licitação em comento.

A Empresa considerada vencedora, TV3, em sua proposta técnica, ao apresentar a estratégia como reza o edital, defende como conceito temático de sua campanha, o tema **ASSEMBLEIA DO SEU LADO**, respaldado pelo subtema: **SE LIGUE NO CANAL 24 E FIQUE POR DENTRO DAS SESSÕES**.

É notório que a proposta ou a estratégia esta TOTALMENTE EM DESACORDO com as orientações e o conceito desejado, pois, além de se utilizar de vocabulário nada apropriado, o uso da gíria (Se ligue), o que é totalmente incompatível com a formalidade da Casa de Leis e com as normas cultas da gramática, a agência TV3 mais uma vez desconsidera a proposta do briefing, dando enfoque distorcido, apontando apenas para a TV Assembléia, que sequer é objeto do Briefing.

Neste quesito, cuja nota máxima seria 25, a **TV 3** recebeu a **pontuação 21,7**, com a justificativa de "**coerente, objetiva e bem estruturada**".

Todavia, a Subcomissão Técnica mais uma vez, andou mal, mormente por desrespeitar as regras do edital, em especial, as diretrizes para elaboração do Plano de Comunicação Publicitária.

Pelos motivos aqui expostos, a **RECORRENTE** discorda veementemente e requer a revisão da nota atribuída à TV3 neste quesito, mormente



Nelson Wilians

& Advogados Associados

em diminuir seu valor, pois a Subcomissão Técnica não se atentou ao fato de que não há, em hipótese alguma, coerência da proposta com o solicitado no Briefing e, por esta razão, não pode ser objetiva, pois está em desacordo com as necessidades da AL/TO, perfeitamente externadas do edital do processo licitatório, e assim, não resolve o problema de comunicação ou aprimora seus meios, que, como dito no edital, “... a licitante apresentará as linhas gerais da proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela AL/TO (...)”

Neste item, a nota da **RECORRENTE** Public foi de apenas **18 pontos**, com a subcomissão técnica justificando evasivamente como “**boa análise estratégica**”.

Diverso da Agência TV3, a **RECORRENTE** sim, se ateu a problemática de comunicação trazida no Briefing, conduzindo corretamente sua estratégia. Mesmo assim teve nota inferior à dada à TV3.

Destarte, assim se requer a revisão da nota atribuída à TV3, notadamente para sua redução por desatender o exigido no edital, requer-se a revisão da nota da agência **RECORRENTE**, com a indicação de onde a mesma deixou de atender às exigências do item em questão.

5. DA VIOLAÇÃO DO ITEM 4.1.1.3 – IDÉIA CRIATIVA

Outro quesito ferido pela TV3, e que a Subcomissão não observou, refere-se à Estratégia de Comunicação. Tem-se em relação ao item 4.1.1.3

Idéia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária destinada a corporificar objetivamente sua proposta



Nelson Wilians

& Advogados Associados

de solução desafio de comunicação, conforme explicitado em sua estratégia de comunicação publicitária.

- a) Apresentará relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolem o limite previsto na alínea a do subitem 4.1.1.3.1.*
- b) Apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do desafio de comunicação.*

4.1.1.3.1 Os exemplos de peças:

- a) estão limitados a 10 (DEZ), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;*
- b) podem ser apresentadas sob a forma de roteiro, leiaute e Story-board impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;*
- c) são serão aceitos finalizados em caso de não mídia;*
- d) apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite de que trata a alínea a do subitem 4.1.1.3.1*

A Subcomissão de licitação, mais uma vez desprestigiou a norma posta para a licitação em comento.

A Agência TV3 não poderia ter utilizado como assinatura das peças entregues à comissão de licitação durante o certame de abertura das propostas, o brasão do Poder legislativo, e sim a logomarca da TV Assembléia,



Nelson Wilians

& Advogados Associados

demonstrando o equívoco e o não atendimento à finalidade do problema específico de comunicação. Sendo, portanto, distorcida e imprópria.

Ao assinar com a logomarca da TV Assembléia, a agência TV3 também descumpre com as observações constantes do briefing (pág. 36), onde se lê:

“Legalmente, é vedada à ASSEMBLEIA a utilização de marcas ou slogans de gestão. A única assinatura dos anúncios é representada pelo Brasão do Estado e os dizeres “Estado do Tocantins, ASSEMBLEIA Legislativa”. O ícone, em vetor, para utilização em peças, deve ser solicitado à Diretoria de Comunicação, pelo e-mail, com a devida identificação da empresa solicitante.”

Uma simples comparação entre as peças publicitárias apresentadas pela licitante TV3 e as demais licitantes demonstra a falta de cuidado estético da mesma com a campanha apresentada. Layouts com excesso de elementos gráficos e cores, fotografias sem o devido tratamento estético.

Mas não é só isso, o fato mais grave é que as peças apresentadas pela TV3 **corporificam uma proposta de comunicação baseada numa estratégia equivocada**, que é tão somente **divulgar a TV Assembleia, desconsiderando totalmente o briefing**.

Pelos motivos aqui expostos, a **RECORRENTE** discorda veementemente e requer a revisão da nota atribuída à TV3 neste quesito, mormente em diminuir seu valor, pois a Subcomissão Técnica não se atentou ao fato de que não há, em hipótese alguma, coerência da proposta com o solicitado no Briefing.



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Neste quesito, que vale até 25 pontos, a TV3 obteve **pontuação 21,3**, com a seguinte justificativa da Subcomissão: **“peças publicitárias alinhadas com a estratégia”**.

Ora, se a estratégia está equivocada desde o início, como se vem demonstrando ao longo deste recurso, com a agência focando sua proposta na divulgação da TV Assembléia, em detrimento das ações e dos trabalhos da Instituição, as peças, da mesma forma, não resolvem o problema específico de comunicação, sendo, portanto, inócuas, incapazes de atenderem às necessidades da Assembléia Legislativa.

Consoante a circunstância apresentada, se requer a revisão da nota atribuída à TV3, notadamente para sua redução por desatender o exigido no edital e requer-se a revisão da nota da agência **RECORRENTE**, com a indicação de onde a mesma deixou de atender às exigências do item em questão, mormente porque a Subcomissão Técnica ignorou todas essas ponderações e, o mais grave, não observou que ao não utilizar o brasão (**conforme determina o edital**), mas sim, uma logomarca criada para a TV Assembleia, a agência TV 3 apresentou uma proposta única e totalmente diferenciada, o que, por si só, **ensejaria a sua desclassificação por permitir a identificação da agência no certame**.

Vale ressaltar que a Idéia Criativa da **RECORRENTE** Public foi considerada **pouco original** pela Subcomissão Técnica, e assim lhe atribuiu a nota 17, mesmo tendo cumprido rigorosamente o que manda o edital, com uma proposta com cuidado estético, com conceitos bem fundamentados e repita-se, de acordo com o Briefing.

6. **DA VIOLAÇÃO DO ITEM 4.1.1.4 – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA**



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Outro quesito ferido pela TV3, e que a Subcomissão não observou, refere-se à Estratégia de Comunicação. Tem-se em relação ao item 4.1.1.4

Estratégia de Mídia e Não Mídia – constituída de:

- a) *apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.*
- b) *Simulação de plano de distribuição de todas as peças e ou material destinado a veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.*

4.1.1.4.1 Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) *o período de distribuição das peças e ou material;*
- b) *as quantidades de inserções das peças em veículos e em outros meios de divulgação;*
- c) *os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e em outros meios de divulgação, separadamente por meios;*
- d) *os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça destinada a veículos e a outros meios de divulgação;*



Nelson Wilians

& Advogados Associados

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de peças e ou material de não mídia.

4.1.1.4.2 Na simulação de que trata a alínea b do item 4.1.1.4:

a) os preços das inserções em veículos e outros meios de comunicação, a serem considerados na simulação de plano de distribuição prevista no subitem 4.1.1.4, devem ser os de tabela cheia dos veículos e de outros meios de divulgação, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto da agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei n. 4.680/65;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

A proposta da TV3 é de uma irregularidade que salta aos olhos.

A Empresa apresenta em sua planilha de custos, valores de criação (custos internos), em total desacordo com o edital.

Vale destacar que o item 4.1.1.4.2. é taxativo ao impor que **“devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”**.



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Importante observar que se está diante de norma cogente, imperativa e que determina uma conduta, não havendo, portanto, lastro para discricionariedade do participante no certame.

A descontinuidade da proposta se revela também na proposta referente ao Telemarketing. Nela a TV3 apresenta custos de R\$ 50.000,00 para o serviço, ou seja, 14,29% da verba de mídia, sem, no entanto, desenvolver a estratégia para a utilização desse meio e, sequer, citar qual o fornecedor que irá executar o serviço de Telemarketing.

Dissonante da realidade fática e costumeira nos meios de comunicação, se verifica que a verba investida em rádio (meio com comprovada eficiência) foi de apenas 17,04%, ou seja, percebe-se uma inversão de valores, com um montante considerável sendo investido em um meio de comunicação cuja penetração, alcance e eficácia não foram sequer comprovados na estratégia proposta, reitere-se, em momento algum.

Neste item, cuja pontuação máxima é 10, a TV3 chegou a **9,2 pontos**, sob a justificativa de: "**estratégia de mídia consistente e com boa argumentação**".

Impossível corroborar com tamanho amadorismo e descaso que só delineiam para um certame viciado, nulo de pleno direito pela forma com que é conduzido, sem apego às normas e ao edital do certame.

A Empresa TV3, além de descumprir termos do instrumento convocatório, privilegia mídias que sequer podem ser auferidas, comprovadas e quantificadas, e ainda deixa de explicar a sua tática de ação.

Assim, também nesse quesito, requer-se a redução da nota atribuída à TV3, pois, a Subcomissão Técnica não se atentou ao fato de que a agência descumpriu o item 4.1.1.4.2. alínea c, bem como, não foi capaz de



Nelson Wilians

& Advogados Associados

demonstrar um planejamento de mídia baseado em estudos dos hábitos do público-alvo, investindo vultosos recursos em mídias que não dispõem de instrumentos para comprovarem sua eficiência e eficácia, em detrimento de mídias que, de fato, poderiam contribuir para resolução do problema específico de comunicação da Assembleia Legislativa.

A TV3 não apresenta sequer um dado estatístico sobre a eficiência do telemarketing nesse tipo de campanha. O estilo ativo tem sido largamente criticado devido aos abusos das empresas de Telemarketing, que ligam para os clientes fora do horário comercial, em horários inconvenientes e ainda diversas vezes por dia.

A nota atribuída à **RECORRENTE** Public neste item foi **8,7 pontos**, com a justificativa de "**boa distribuição nos veículos**".

Reafirma-se que não se trata apenas de boa distribuição, mas de um plano de mídia elaborado com bases técnicas, defendendo cada tática adotada e utilizando meios de comprovada eficiência, ao contrário da licitante TV3, que privilegiou o telemarketing quando é notória a aversão do brasileiro ao telemarketing ativo.

Trata-se de requisito objetivo, a partir de um plano estratégico de comunicação publicitária eficaz, e portanto, imprescindível que se reavalie as notas atribuídas à TV3, reduzindo-a à valores bem abaixo do atribuído, e *contrario senso*, seja revista a nota da **RECORRENTE** guindando-a ao patamar da proposta apresentada, majorando-lhe ao máximo o valor atribuído.

7. **DA VIOLAÇÃO DO ITEM 4.1.2 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

Outro quesito ferido pela TV3, e que a Subcomissão não observou, refere-se à Estratégia de Comunicação. Tem-se em relação ao item 4.1.2:



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Capacidade de atendimento: textos em que a licitante apresentará:

- a) *Relação nominal dos principais **clientes atuais** da licitante, com especificação do início de atendimento de cada um deles;*
- b) *A quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;*
- c) *As instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para execução do contrato;*
- d) *A sistemática de atendimento, discriminando s prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;*
- e) *A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da AL/TO, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.*

No item 4.1.2 - Capacidade de Atendimento, cuja valoração equivale a 10 pontos, causa estranheza que a TV3 tenha obtido a **nota 9**, com a



Nelson Wilians

& Advogados Associados

justificativa de que **“atende todos os requisitos”**. As razões do inconformismo são as seguintes:

Na descrição dos profissionais (item 4.1.2 b), há um evidente acúmulo de funções, demonstrando que o quadro profissional da agência é deficitário, precário e em desacordo com a necessidade, a saber:

- 1 - Lincoln Júnior acumula as funções de estudo e planejamento, criação e RTV;
- 2 - Cristiane Almeida Lima acumula as funções de criação, RTV, Mídia e Atendimento;
- 3 - Gean Maranhão acumula as funções de criação, Mídia, Atendimento e Financeiro.

Ademais, nota-se que a formação em comunicação dos profissionais é fraca ou quase inexistente, conforme os currículos apresentados, senão, veja-se:

Cristiane Almeida Lima é formada em jornalismo em 2006, a tem experiência em publicidade e propaganda de apenas 6 anos.

Gean Maranhão não tem formação superior.

Geovane Maranhão está cursando o terceiro período de Administração e Marketing.

Lincoln Filho possui curso superior incompleto, **assim como Marcos Freitas.**

O fato mais grave!



Nelson Wilians

& Advogados Associados

A profissional **Alda Maria Matos**, embora citada como Mídia e Atendimento, já **não faz parte do quadro de funcionários da empresa**, portanto, teve seu currículo utilizado indevidamente neste certame, posto que trabalha numa distribuidora de cosméticos, como a própria afirma em conversa com amiga nas redes sociais.

No item estrutura e instalações (4.1.2 c), a agência TV3 não especificou nenhum dos equipamentos que colocará à disposição da execução do contrato. Não indica uma relação de computadores, softwares ou outros. Mesmo assim, a agência teve uma boa avaliação no quesito.

No item Sistemática de Atendimento (4.1.2 d), a TV3 não especificou os prazos mínimos e máximos para criação de campanha, peça avulsa, produção e plano de mídia.

No item 4.1.3 - Repertório, cuja valoração equivale a 10 pontos, a agência TV conseguiu a nota máxima, 10 pontos.

Neste quesito a **RECORRENTE** Public Propaganda e Marketing conseguiu a nota 9,5. No entanto, na defesa do VT Gasssmo, a TV3 não apresentou o período de produção e veiculação da referida peça, descumprindo o edital.

Mesmo cumprindo fielmente o edital, a nota da **RECORRENTE** Public foi 0,5 ponto menor. Por isso, pede-se que neste quesito a nota seja aumentada para 10, Pois a **RECORRENTE**, diferente da empresa TV3, cumpriu fielmente TUDO o que pede o item. Qualquer outra interpretação contrária, subjetiva, pode levar a crer que haja favorecimento da TV3 pela Subcomissão Técnica.

8. DA VIOLAÇÃO DO ITEM 4.1.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Outro quesito ferido pela TV3, e que a Subcomissão não observou, refere-se à Estratégia de Comunicação. Tem-se em relação ao item 4.1.4:

Relatos de soluções de problemas de comunicação: deverão ser apresentados ate dois cases, relatando, em no máximo duas páginas cada, soluções bem sucedidas de problemas de comunicação propostas pela licitante e implementadas por seus clientes.

4.1.4.1 Os relatos terão de ser formalmente referendados pelos respectivos anunciantes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela AL/TO.

4.1.4.2 É permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

Nesse quesito, para estranheza de todos os licitantes, a TV3 conseguiu a **pontuação de 9,7**, podendo chegar ao máximo de 10 pontos.

A **RECORRENTE** teve apenas 8,7 no referido item.

Ora, enquanto a TV3 apresentou case do governo do Estado (Secom – Governo do Estado Presente na sua Vida) e outro da Prefeitura de Porto Nacional, a Public, ora **RECORRENTE** apresentou um do Governo do Estado (Seagro – Agrotins, o maior evento agrotecnológico da região Amazônica, cuja Public foi responsável por 12 das 13 edições) e um case do Tribunal de Contas do Estado (cujas ações de comunicação foram premiadas nacionalmente).



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Mais uma vez, a Subcomissão utilizou dois pesos e duas medidas. Afinal, **a justificativa para ambas as notas foi uma só: “agência atende todos os requisitos”**. Sendo assim, o racional é que, se a justificativa é a mesma, as notas sejam as mesmas. Apela-se aos princípios constitucionais da Isonomia e da Impessoalidade.

A Public Propaganda e Marketing entende que, ao favorecer a licitante TV3, ignorando gritantes erros processuais e fazendo vistas grossas à baixa qualidade do material apresentado pela TV3, a Subcomissão Técnica coloca em risco a lisura deste procedimento licitatório e macula a imagem da Assembléia Legislativa do Tocantins, não atuando como determina o edital, desconsiderando erros que saltam aos olhos, eivados de vícios que só levam a uma compreensão, qual seja, o direcionamento desordenado do certame, em detrimento da melhor e mais eficiente proposta.

DAS ILEGALIDADES DAS EMPRESAS AMP – AGÊNCIA MULTIFACE DE PROPAGANDA, CANNES, IDEIA 3 e ESPAÇO NOBRE

Seguindo a lógica das razões já apresentadas, a Public Propaganda e Marketing, ora **RECORRENTE**, apresenta argumentos técnicos que fundamentam a revisão das notas das citadas agências, diante do não-cumprimento de itens do instrumento convocatório.

9. DA VIOLAÇÃO DO ITEM ITEM 3.1.2.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Oportuno observar a dicção do item no edital:



Nelson Wilians

& Advogados Associados

3.1.2.4 O plano de Comunicação Publicitária – VIA NÃO IDENTIFICADA deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quando a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou razuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- Em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- Com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- Sem recuos nos parágrafos e linhas subseqüentes;
- Com textos justificados;
- Com espaçamento “simples” “entre as linhas”;
- Com texto em fonte “arial”, estilo “normal”, cor “automático”, tamanho 12 pontos;
- Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- Em caderno único, com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- Sem identificação da licitante.

Em toda a proposta das licitantes **RECORRIDAS** verifica-se falhas de cunho formal que viciam o certame, mormente por possibilitar a identificação da mesma, desequilibrando o processo licitatório. Todavia, a subcomissão técnica não levou esse descumprimento do instrumento convocatório em consideração, comprometendo a lisura de todo o procedimento.

Trata-se, na espécie de vício formal que vicia todo o procedimento, que não se convalida e que fere de morte os princípios basilares da administração pública e da lei de licitações.

Escoimar vícios formais não é mera possibilidade, mas obrigação da administração pública, o que se espera dessa r. Casa de Leis.



Nelson Wilians

& Advogados Associados

A **AMP – Agência Multiface FDE Propaganda** fere o edital ao apresentar **páginas na orientação paisagem, espaçamento duplo entrelinhas e textos em negrito no seu Plano de Comunicação**

A licitante apresenta ainda um raciocínio básico superficial, com apenas 30 linhas, sem aprofundamento no que diz respeito ao seu entendimento sobre a AL/TO. Fato este que levou a AMP, em sua estratégia, a propor o conceito **O TOCANTINS É A SUA CASA. AJUDE A ASSEMBLEIA A CUIDAR BEM DELE.** Ora, está na Constituição Federal e também no briefing: “*A Assembleia Legislativa tem a missão de produzir normas jurídicas e legislar e de fiscalizar os atos do Poder Executivo.*”

Percebe-se, sem maiores esforços que a proposta não conhece as funções da Assembléia e a Agencia, não distingue o Executivo do Legislativo, ou seja, a separação, independência e harmonia dos Poderes.

Ao propor tal conceito, a Agência não demonstra conhecimento e experiência em distinguir as funções estatais e assim, oferecer o melhor plano de Comunicação Publicitária para a AL/TO, mormente por ferir as regras editalícias, ou seja, contrária ao Briefing apresentado e não ter o foco estratégico desejado pelo certame, consubstanciado em seu objeto.

Por essa razão, a proposta da Agência Multiface FDE propaganda deve ser rejeitada e desclassificada, por ser imprópria e estar totalmente dissonante ds objetivos taxativos do edital e das normas vigentes.

Entende-se, portanto, que esse equívoco acabou por comprometer não apenas o Raciocínio Básico, mas também a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa da licitante AMP. Por esta razão, a **RECORRENTE** Public pede que sejam reconsideradas as notas técnicas dessa licitante, desclassificando-a ou atribuindo-a nota muito abaixo daquelas conferidas



Nelson Wilians

& Advogados Associados

pela Subcomissão técnica, sob pena de ver perpetuar uma ilegalidade que nacula o certame.

A Cannes Publicidade Ltda, na mesma toada, descumpre o item 3.1.2.4 do edital ao apresentar o Plano de Comunicação com **textos em negrito, sublinhados e espaçamento duplo entrelinhas.**

No seu Plano de Mídia e Não Mídia apresenta custos internos de criação de anúncio e e-mail marketing.

Conforme alhures apontado, o item 4.1.1.4.2. alínea c, diz que *“devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”*.

A **Cannes Publicidade** ainda descumpre o item 4.1.3 **Repertório**, ao não apresentar na ficha técnica ao menos um veículo onde foi veiculado o VT “Perucas” desenvolvido para o cliente Solarium Motel, o que inviabiliza o reconhecimento de experiência e habilidade técnica para desempenhar tal mister. É requisito objetivo de aquilatação para atribuição de nota e sem essa comprovação, prejudicado fica o quesito, e com isso, a manutenção da empresa no certame. Destarte, requer-se, como nos demais moldes, a revisão das notas da CANNES Publicidade, para que sejam reduzidas a patamares de conformidade com a proposta apresentada, e/ou a sua desclassificação.

A agência Ideia 3 também descumpre o item 3.1.2.4 do edital, ao apresentar **páginas na orientação paisagem**.

Não bastasse isso, no que se refere a sua capacidade de atendimento, a agência sequer apresenta um plano de atendimento local, com a



Nelson Wilians

& Advogados Associados

previsão de um escritório em Palmas, o que descumpra integralmente o edital, e por isso, requer-se sua desclassificação.

A Espaço Nobre tal qual as demais, descumpra o item 3.1.2.4 do edital ao apresentar o **Plano de Comunicação com textos em negrito, espaçamento duplo entrelinhas e páginas na orientação paisagem.**

Outra irregularidade, tal qual a TV3, em seu Plano de Mídia e Não Mídia, apresenta custos internos de criação.

Conforme alhures apontado, o item 4.1.1.4.2. alínea c, diz que *“devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores”*.

CONCLUSÃO

Ilustríssimo julgador, ***“a licitação é regida pelos princípios do procedimento formal, publicidade de seus atos, igualdade entre os licitantes, sigilo na apresentação das propostas, vinculação ao edital ou convite, julgamento objetivo, e adjudicação compulsória ao vencedor”***¹.

Em síntese douto julgador, para garantir a lisura do certame, bem como, atender aos preceitos contidos na Lei 8.666/93 e todos os princípios que regem as licitações, mister é, por questão de ordem e interesse público seja feita a correção das ilegalidades perpetradas pela Subcomissão de licitação, chamando-se o feito à ordem e reapreciar as propostas, TODAS, dentro das regras editalícias, com fundamentação mínima capaz de distinguir uma proposta da outra.

¹ CELSON ANTÔNIO BANDEIRA DE MELLO (Curso de Direito Administrativo, 9ª edição)



Nelson Wilians

& Advogados Associados

Ex positis, requer-se seja dado **PROVIMENTO** ao recurso para que reconheça a ilegalidade ora apontada, **manifestando-se expressamente** sobre as alegações apontadas nas razões discorridas pela RECORRENTE, consubstanciada no ferimento à norma federal afeta ao caso, suspendendo de imediato o certame, declarando nulos os atos praticados nas sessão realizada em 24 de maio 2013 e outras que tenham ocorrido após, e conseqüência disto, se proceda a **reapreciação das propostas com a designação de nova data para sessão pública.**

Finalmente, requer-se, sob pena de nulidade, que as publicações e/ou intimações referentes ao presente feito sejam sempre exclusivamente lançadas em nome do patrono **NELSON WILIANS FRATONI RODRIGUES, inscrito na OAB/SP sob nº 128.341 e OAB/TO nº 4.923-A,** com escritório na Avenida Teotônio Segurado, 501 Sul, Conj. 01, It 06 - Edifício Amazônia Center, 6º andar, sala 606, Palmas/TO – CEP 77016-002 / Fone/fax: +55 (63) 32162676 / 32243229.

Palmas/TO, na data do protocolo.



MAURICIO WONEI DA ROSA
OAB/SC 19.668 - OAB/TO 4.818-A
OAB/SP 321.770-A

Caixa de... (48)

- Suevaldo, Tatiane, ... 26 de abril
- Paulinho, Vanilda E... 17 de abril
- DigitalCâmeras, Elay ... 7 de abril
- Junior, Dep Wander ... 6 de abril
- Alda Barros

Pesquisar mensagens

Alda Barros + Nova mensagem Ações

Alda Barros  estou gerenciando uma empresa de cosmetico mas ja pedir pra sair

Flavia Beraldo  c tá trabalhando onde Aldissima?

Alda Barros  em uma distribuidora de cosmetic

Flavia Beraldo  então vou fazer o seguinte vou falar c o moço q tá precisando de midia e te falo... guenta aí so um pouquinho q vou ligar p ele ele não tá atendendo perai vou ficar tetando

Alda Barros  ok

Flavia Beraldo  c vai querer fazer midia de novo? rsrsrs

Alda Barros  kkkkk nega na verdade nunca fiz diretamente midia, kkkkk nada que ri possa pegar com um pouco de esforço eu ficava mais no trafego e tbm no administrativo

Escrever uma resposta

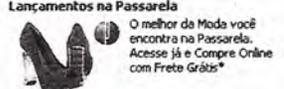
Responder

Patrocinado Ver Todos

Claro Brasil
Aproveite e oferta incrível do Samsung Galaxy SIII mini! O Marco Luque ensina como. :)



Lançamentos na Passarela
O melhor da Moda você encontra na Passarela. Acesso já e Compre Online com Frete Grátis*



Tendência Folkloric
Calças Jeans, Vestidos, Botas, Scarps e muito mais para o seu Look! Frete e troca grátis.



Fatima Perde 15 Kg
Remédio 100% natural capaz de reduzir 15 Kg em apenas 4 semanas e agora vendido no Brasil.



Johnson's baby Brasil
Milhares de mães já estão aqui. Participe você também.



Curir Elize Coelho e Elizangela Silva curtiram Johnson's baby Brasil

Facebook © 2013 Português (Brasil) Privacidade Termos Cookies Mais

- Aparecida Dallacqua começou uma amizade com Fernando Lima.
- Adriane Caixeta comentou o link de Ana Marcia Vasconcelos: "Adooooooooooooo..."
- Clara Moreno adicionou uma nova foto.
- Hélter Dantas comentou seu próprio link: "♡"
- Keila Monteiro curtiu a foto de Anna D'Ángels Vieira.
- Fernanda Jorge de Souza compartilhou a foto de Sergio Moraes.
- Lázaro Gomes começou uma amizade com Thalita Gomes.
- Fernanda Jorge de Souza
- Mônica Costa
- Kárim Vieira De Araújo Alb...
- Rafaelo Lobato
- Miguel Vieira
- Oswaldo Bezerra Silva
- Nicéia Menegon
- Ademar Borges
- Adevaldo Silva
- Adriana Gomes de Moraes
- Adrielle Viana
- Ailton Jorge Veloso Castro
- Alda Barros
- Alex Ramos
- Aliane Gonçalves Dos San...

Pesquisar 10:10 28/05/2013

Handwritten signature

Compre e Presente
na Mãe das Cotas
participantes e concorra
a Muitos Prêmios

Venha conectar
o melhor e mais completo
espaço da região

Notícias | Blog CT | Aculá | Anuncie | Contato

digite seu e-mail

Enviar Cadastre-se grátis
Esqueci minha senha

Encontre no PortalCT

Env

Favortar | Newsletter | Facebook | Twitter | Assinar RSS



Notícias | Estado | Negócios | Política | Polícia | Blog CT | terça, 28 de maio de 2013

[Página inicial](#) » [Estado](#) » [Notícia](#)

Listagem completa sobre [Estado](#) ou por data [28/05/2013](#)

08/07/09 07h43

08/07/09 07h43

Curtir 0

Twitter 0

C

Vieira também saiu da TV3 quando assumiu Secom em 2005; suas cotas são cedidas "sem remuneração"

Cleber Toledo
Da Redação

A reportagem de *O Girassol* mostra que não foi a primeira vez que o secretário estadual de Comunicação, Vieira de Melo, deixou o quadro de sócios da TV3 Assessoria Comunicação e Marketing. O interessante, segundo a reportagem, é que Vieira, nas alterações contratuais, sempre cedeu suas cotas a alguém que as aceitou "sem nenhuma importância remunerativa".

A TV3 surgiu no dia 21 de junho de 1993, tendo como sócios por cotas de responsabilidade os jornalistas Lincoln Junior de Moraes, Luiz de Sousa Pires e Sebastião Vieira de Melo.

Mas Vieira foi convidado a ser secretário estadual de Comunicação pelo então governador Siqueira Campos, que estava iniciando seu segundo mandato para comandar o Estado.

Então foi necessária uma alteração contratual. Vieira cedeu suas cotas da empresa ao comerciante Fernandes Antonio Silva, em 2 de janeiro de 1995, e nomeou Lincoln à gerência.

Conforme *O Girassol*, nessa primeira gestão de Vieira na Secom cresceu a estrutura da agência, que ganhou uma nova sede e declarou um aumento de quase 100 mil reais em suas quotas, de acordo com a alteração contratual ocorrida em 8 de outubro de 1997. A sede da empresa é então transferida novamente para outro local em menos de quatro meses, contou o jornal em sua edição desta semana.

Em março de 1999, Fernandes abandonou a sociedade, transferindo as ações para a publicitária Sílvia Simone Sakita. Com um ano de sociedade, Sílvia doou, "sem nenhuma importância remunerativa", suas cotas para uma nova sócia, a comerciante Elismar Pereira de Sousa.

Em 2003, com apenas 55 dias da primeira gestão do governador Marcelo Miranda (PMDB), Vieira de Melo pede afastamento do cargo de secretário alegando precisar de mais tempo para cuidar de uma de suas propriedades, o Hotel Fazenda Encantada, no distrito de Taquaruçu.

Poucos meses depois, no início de fevereiro de 2004, Vieira reassume o posto de sócio da TV3. Para *O Girassol*, esse é outro indício de que o secretário "teria permanecido por trás das ações da empresa, mantendo apenas sócios de fachada em seu lugar". Outra suspeita que poderia confirmar essa hipótese, conforme o jornal, é o fato de todas as alterações contratuais, envolvendo mudança de sócios, terem suas quotas transferidas sem valor ou importância remunerativa, apesar do expressivo faturamento.

Nessa nova alteração contratual, os sócios confirmam a não ocupação de cargos públicos, o que poderia isentá-los de acusação por crime de peculato, conforme o jornal.

Na nona alteração contratual, em 29 de dezembro de 2006, poucos dias antes de sua segunda posse na secretaria, curiosamente, o secretário doa novamente suas quotas, no valor de R\$ 50 mil.

Na alteração, o secretário declara haver cedido e transferido as quotas da empresa, "sem qualquer valor e ou importância remunerativa", para, novamente, Sílvia Simone Sakita, que, conforme *O Girassol*, atualmente trabalha na Secom.

Na décima e última alteração contratual da empresa até o momento, em 2 de janeiro de 2008, Sílvia transferiu as suas ações da agência, também "sem qualquer valor e ou importância remunerativa", apesar de a TV3 ter faturamento só naquele ano R\$ 12.529.345,37. As referidas

anterior

próxima

Economia
Impulsionado pela soja, Tocantins fecha o primeiro quadrimestre com saldo positivo na balança comercial

Servidores públicos
Prefeitura de Palmas propõe aumento salarial de 10% para servidores do Quadro Geral e da Saúde

RIO do SONO
HOTEL



mais lidas

Palmas
Polícia Militar interdita trecho que dá acesso ao Shopping Capim Dourado

Ensino superior
Unitins abre inscrições para transferência externa; são 144 vagas para três cursos

Tocantins
Em nota, CHDP manifesta preocupação com a vida de ex-policial civil preso dia 17, em Palmas; ele é acusado de crimes durante a ditadura militar

Infraestrutura
Amastha assina nesta segunda abertura dos processos licitatórios das novas instalações das praias do Caju e Buritis

Esporte
Prefeitura de Palmas lança projeto Ação Movimento Bike e Carlos Amastha pedala os 7 km da ciclofaixa

CT Portal CT
Curtir

12.265 pessoas curtiram Portal CT.



Plug-in social do Facebook

quotas foram divididas entre Fabiano Andrade Machado e o outro sócio da empresa, Lincoln Junior de Moraes.

O Girasso afirmou que tentou por diversas vezes contato com o empresário Lincoln Junior e com Sílvia Sakita, mas não obteve êxito. O jornal também disse que tentou obter o telefone celular de Neisimar para repercutir a matéria, mas não conseguiu o número até o fechamento da edição.

[Clique aqui e confira toda as alterações contratuais da TV3](#)

Comentários (0)

Comentar com:

Olá Visitante, deixe seu comentário.

COMENTAR

Links Patrocinados

Ágio apartamento 3/4 Grand Park...

Vendo ágio de um apartamento em construção com acabamento de...

acuta.com.br/classificados/7479

casas geminadas

CASAS GEMINADAS ARNE 71-CASA 01 59,79 m² - CASA 02 66,16 m²...

acuta.com.br/classificados/9158

100 POR CENTO DVD E VIDEO

Araguaína/TO - locação de DVD
acuta.com.br/guia/9516

A GRAFICA PONTUAL

Araguaína/TO - Serviços Graficos
acuta.com.br/guia/6120

PortalCT.com.br
PortalCT

PortalCT Candidatos inscritos no Enem têm até quarta-feira para pagar taxa de inscrição migre.me/eL3E
27 minutos ago · reply · retweet · favorite

PortalCT Mais de 250 pessoas passaram pelo Shopping Vale do Boi, movimentando mais de R\$ 490 mil em vendas migre.me/eL3x
27 minutos ago · reply · retweet · favorite

[Join the conversation](#)

 **Lote Residencial 208 NORTE - ARNE 24**
R\$ 193.000,00

 **Vende-se 2 chácaras no Setor Santa Fé...**
R\$ 150.000,00

 **Apartamento Quadra 806 Sul**
R\$ 160.000,00

[digite produto ou serviço](#)

[Anuncie aqui](#)

Leia por assunto

Acicolinas **Araguaína** Assembleia Legislativa Bancada Federal Banco de Leite Carlos Amastha Carlos
Gaguim Corpus Christi Corregedoria Nacional de Justiça Correios Crise no PMDB Defensoria Pública Dilma
Rouseff Divaldo Rezende Eduardo Siqueira Campos Educação Expoara 2013 Governo do Estado Governo do Estado do
Tocantins Governo Federal Governo Siqueira Campos Gurupi Homicídio em Palmas Interior JOSI
Nunes **Júnior Coimbra** Laurez Moreira **Marcelo Miranda** Mensalão MPE Otoniel
Ancrade **Palmas** PEC 37 PM/TO PMDB Polícia Porto Nacional Prefeitura de Araguaína **Prefeitura de**
Palmas Ronaldo Dimas Seduc Sesau Siqueira Campos STF Tocantins Unale Unilins Vanda
Paiva Vestibular 2013 Você Imobiliária

2005 - 2013 © PortalCT O maior site de notícias do Tocantins. Atualizado em 28/05/13 09:40:46.
Redação: Palmas, Tocantins, BR, 108 Sul, avenida L.O 3, número 9, sala 3, CEP: 77020-098, +55 (63) 3212-0900, redacao@portalct.com.br
Comercial:Palmas, Tocantins, BR, 106 Norte, Av. JK, lote 15, sala 102, CEP: 77006-044, +55 (63) 3213-1079, comercial@portalct.com.br

[Expediente | Nossa Equipe](#)
[Quem é Cleber Toledo](#)
[Acutá - Classificados e Guia Comercial](#)

CÓPIA





NELSON WILIANS & ADVOGADOS
ASSOCIADOS

PROCURAÇÃO ET EXTRA AD JUDICIA

OUTORGANTE: PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA, devidamente inscrita no **CNPJ/MF** sob nº 06.170.766/0001-09, com sede na Quadra 112 Sul, Rua SR 07, Lote 10, na cidade de Palmas, CEP 77.020-176, neste ato representada pela **sua Sócia Administradora, Sra. ZELMA COELHO SANTOS**, portadora do CPF/MF nº. 456.417.061-91.

OUTORGADOS: NELSON WILIANS FRATONI RODRIGUES, inscrito na OAB, Seção São Paulo sob o Nº 128.341; Seção Rio de Janeiro sob o Nº 136.118; Seção Paraná sob o Nº 30.916-A; Seção Distrito Federal sob o Nº 25.136; Seção Minas Gerais sob o Nº 107.878; Seção Ceará sob o Nº 16.599-A; Seção Bahia sob o Nº 24.290; Seção Paraíba sob o Nº 128.341-A; Seção Pernambuco sob o Nº 922-A; Seção Mato Grosso sob o Nº 11.065-A; Seção Mato Grosso do Sul sob o Nº 13043-A; Seção Espírito Santo sob o Nº 1511; Seção Goiás sob o Nº 27024; Seção Amapá sob o Nº 1551-A; Seção Sergipe sob o Nº 484-A; Seção Amazonas sob o N. A-598; Seção Pará sob o Nº 15.201-A; Seção Amapá sob o Nº 1.551-A; **RAFAEL SGANZERLA DURAND**, inscrito na OAB, Seção São Paulo sob o Nº 211.648; Seção Rio de Janeiro sob o Nº 144.852; Seção Paraná sob o Nº 42.761-A; Seção Distrito Federal sob o Nº 27.474; Seção Mato Grosso sob o Nº 12.208-A; Seção Bahia sob o Nº 26.552; Seção Espírito Santo sob o Nº 15.112; **MAURICIO IVONEI DA ROSA**, inscrito na OAB, Seção Santa Catarina sob o nº 19.668; Seção Tocantins sob o nº 4.818-A; **LARISSA SOARES BORGES COELHO**, inscrita na OAB, Seção Tocantins sob o nº 5.170; **MURILO BRAZ VIEIRA**, inscrito na OAB, Seção Tocantins sob o nº 4.863-B; com escritórios no **ESTADO DE SÃO PAULO** na Avenida Marginal do Rio Pinheiros, 5200, Bloco E, 6º. Andar, America Business Park, Ed. Montreal, Bairro: Morumbi, São Paulo, CEP: 05693-000, tel. (11) 34447899, no **ESTADO DO RIO DE JANEIRO**, na Avenida das Américas, 4.200, Bloco 8, Sala 101- A, Centro Empresarial Barra Shopping, Ed. Geneve, Bairro: Barra da Tijuca, Rio de Janeiro, CEP: 22640-102, tel. (21) 3385-4452, no **ESTADO DO CEARÁ**, na Avenida Santos Dumont, 2.828, Sala 1701, Ed. Torre Santos Dumont, Bairro: Aldeota, Fortaleza, CEP: 60150-161, tel. (85) 3486-1260, no **ESTADO DO PARANÁ**, na Al. Dr. Carlos de Carvalho, nº 417, 18º andar, Cj 1804, Curitiba Trade Center Building, Centro, CEP: 80410-180, no **ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**, na Avenida Carlos Gomes, 300 – 12º andar, Sala 1201, Ed. Trust Business Center, Bairro Auxiliadora – CEP: 90480-000 – Porto Alegre – tel (51) 3379-0300, no **ESTADO DE SANTA CATARINA**, na Avenida Rio Branco, 847 – 4. andar – Sala 405, Ed. Centro Executivo Wilmar Enrique Becker – Bairro: Centro – CEP: 88015-205 – tel (48) 3209-2005, Florianópolis, no **ESTADO DO MATO GROSSO**, na Avenida Isaac Povoas, 1177, Ed. Conjunto Nacional, 1º. Andar, Sala 103, Bairro: Goiabeiras, Cuiabá, CEP: 78030-320, tel. (65) 3623-8080, no **ESTADO DO MATO GROSSO DO SUL**, na Av. Afonso Pena, 3504, 8º. Andar SL 801, Ed. Executive Center, Bairro: Centro, Campo Grande, CEP: 79002-070, tel. (67) 3321-0208, no **ESTADO DE MINAS GERAIS**, na Rua Alagoas, 1314 – 15º andar – Sala 1501 – Ed. 5ª Avenida, Funcionários, Belo Horizonte, CEP: 30130-160, tel. (31) 3262-1012, no **ESTADO DE GOIÁS**, na Rua João de Abreu, Nº. 192, 12º. Andar, Sala B 127, Ed. Aton Setor Oeste, Goiânia, CEP 74120-110, tel. (62) 3091-1268, no **DISTRITO FEDERAL**, na Rua SAUS, QD 5, BL K, n.º. 17, Sala 1003, Ed. OK Office Tower, Bairro Asa Sul, Brasília, CEP 70070-050, tel. (61) 3321-2009, no **ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**, na José Alexandre Buaziz, 300, Sala 1508, End. Work Center, Bairro: Enseada do Suá, Vitória, CEP: 29050-545,

www.nwadv.com.br • OAB/NW&ADV/SP nº 5030



NELSON WILLIANS & ADVOGADOS
ASSOCIADOS

tel. (27) 3026-4111, no **ESTADO DA BAHIA**, na Avenida Tancredo Neves, 1632, Sala 816, Ed. Salvador Trade Center, Torre Sul, Bairro: Caminho das Árvores, Salvador, CEP: 41820-020, tel. (71) 3480-1800, no **ESTADO DE PERNAMBUCO**, na Rua Ernesto de Paula Santos, 187 Sala 704, Edifício Empresarial Excelsior, Boa Viagem, Recife, CEP: 51021-330, tel. (81)3366-7547, no **ESTADO DE SERGIPE**, na Rua Moacyr Wanderley, 185, Sala 203, Bairro: Jardins, Aracajú, CEP: 49025-510, tel. (79) 3246-4445, no **ESTADO DO PARÁ**, na Rua dos Mundurucus, 3100, Ed. Metropolitan Tower, Bairro: Cremação, Belém, CEP: 66054-270, tel. (91)3345-3216, no **ESTADO DA PARAÍBA**, na R. Júlia Freire, 1200, Sala 807,8º andar, Ed. Empresarial Metropolitan, Bairro: Expedicionários, João Pessoa, CEP: 58041-000, tel. (83) 2108-8571, no **ESTADO DO PIAUÍ**, na Avenida Jóquei Clube, 299, SL 701, Ed. Euro Business, Bairro: Jóquei, Teresina, CEP: 64049-240, tel. (86) 3230-2076, no **ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**, na Av.Romoaldo Galvão, 1703, Ed. Trade Center, Bairro: Lagoa Nova, Natal, CEP: 59056-100, tel. (84) 3234-7734, no **ESTADO DE ALAGOAS**, na Avenida Dr. Antônio Gouveia, 61, Sala 501, Ed. Ocean Tower, Bairro: Pajuçara, Maceió, CEP: 57030-170, tel. (82) 9601-8385, no **ESTADO DO MARANHÃO**, na Av.Colares Moreira, Quadra 28,Lt.07, Sala 105, Edifício Centro Empresarial Vinicius de Moraes, Bairro Calhau, CEP: 65.075-441, tel. (98) 3082-2002, São Luis, no **ESTADO DO AMAPÁ**, na Avenida FAB, nº. 1070 Ed. Macapá Office Center, Sala 402, Bairro Central, Macapá, CEP: 68906-360 tel. (96) 3224-1169, no **ESTADO DO AMAZONAS**, na Avenida Djalma Batista, 1661, Sala 605, Bairro: Chapada, Manaus, CEP 69050-010, tel. (92) 3659-3954, no **ESTADO DE RONDÔNIA**, na Rua Joaquim Nabuco, 3200, 2º Andar – Sala 205 – Edifício Medical Center, Olaria, CEP: 76801-263, tel (69)3229-0590, Porto Velho, no **ESTADO DE RORAIMA**, Rua Araújo Filho, 823, Salas 1 e 2, Edifício Moura Center, Superior A, Centro, CEP: 69301-090, tel (95)3624-1494, Boa Vista; **ESTADO DO TOCANTINS**, Quadra 501 Sul, Conjunto 01, Lote 06, Avenida Teotônio Segurado, Edifício Amazônia Center, Sala 606, CEP 77.016-002, tel (63) 3224-3229/3216-2676, Palmas/TO.

PODERES: O **OUTORGANTE** nomeia e constitui os **OUTORGADOS** seus bastante procuradores e advogados, a quem confere amplos poderes, habilitando-os a praticar todos os atos necessários para o fiel cumprimento deste mandato, para em qualquer repartição pública ou privada, Juízo, Instância ou Tribunal, propor contra quem de direito as ações competentes e defendê-la (o) nas contrárias, seguindo umas e outras, até final decisão, usando os recursos legais e acompanhando-os, podendo ainda substabelecer esta a outrem, com ou sem reserva de iguais poderes, dando tudo por bom, firme e valioso.

Palmas - Tocantins, na data do protocolo.




PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA

www.nwadv.com.br • OAB/NW&ADV/SP nº 5030