

ILMO. SR. OSEIAS LIMA DA FONSECA, PREGOEIRO DA CÂMARA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS/PA.

PREGÃO PRESENCIAL N. 008/2019/SRP

SINAPRO-PA – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, localizado na Trav. Rui Barbosa, 1242 sala 506, CEP: 66035-220 – Bairro de Nazaré, inscrito no CNPJ sob o n. 04.574.539/0001-05, neste ato representado por RAFAELA HASSELMANN GALVÃO ZÚNIGA, brasileira, casada, psicóloga, portadora do RG N.º 1834786 PC/PA e do CPF N.º 352.377.592-20, residente e domiciliada em Belém/PA, vem, tempestivamente, perante V. Sa., apresentar **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**, com fulcro no item 122 do instrumento convocatório e no artigo 12 do Decreto n. 3.555/2000, pelos fatos e fundamentos a seguir expostos.

Ademais, requer o impugnante a atribuição de efeito suspensivo a esta impugnação, evitando-se, assim, prejuízos futuros à administração pública.

1. DOS FATOS.

A Câmara Municipal de Canaã dos Carajás realizará licitação, na modalidade Pregão Presencial, tipo Menor Preço, destinada ao registro de preços para futura e eventual contratação de empresa especializada em locação de espaço em mídia para divulgação dos atos e campanhas de interesse da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás.

Assim, observados os procedimentos legais, este pregoeiro decidiu publicar, conforme legislação pátria vigente, o edital de licitação N. 008/2019/SRP, com o escopo de consignar as regras para futura contratação das licitantes.

Ocorre que o Edital N. 008/2019/SRP, em diversos de seus itens, afronta diretamente as Leis n. 12.232/2010 e 8.666/93.

Com efeito, tal fato motiva e justifica a apresentação desta impugnação, como restará comprovado a seguir.

2. DO DIREITO.

A princípio, é necessário ressaltar que, conforme anteriormente mencionado, a Câmara Municipal de Canaã dos Carajás realizará licitação destinada ao registro de preços para futura e eventual contratação de empresa especializada em locação de espaço em mídia para divulgação dos atos e campanhas de interesse da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás.

Acerca dos serviços cuja execução é licitada, há de ser esclarecido que cabe às agências de publicidade e propaganda intermediar a veiculação de publicidade do anunciante junto aos veículos de comunicação, conforme disposto no item 6.1 das normas padrão emitidas pelo CENP.

No mesmo sentido, conforme disposto no artigo 2º da Lei n. 12.232/2010, que rege a contratação, pela administração pública, de serviços de publicidade, consideram-se serviços de publicidade “o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e **a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral**”.

Como se pode perceber, a contratação almejada pela administração pública neste certame, em relação aos serviços a serem executados, por se tratar de serviços de publicidade, deve ser regida pelas Leis n. 4.860/65, n. 12.232/10 e pelas normas padrão editadas pelo CENP.

Com efeito, consta no artigo 5º da Lei n. 12.232/10 que “**As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos ‘melhor técnica’ ou ‘técnica e preço’**”.

Desta forma, os tipos de licitação obrigatórios na contratação de serviços de publicidade são o de melhor técnica ou de técnica e preço, sendo que nunca poderá ser adotado o tipo menor preço – como no caso em discussão.

Essa obrigatoriedade é justificada pelo fato de que a prestação de serviço de publicidade depende de técnica das licitantes para atingir o público alvo almejado pela Administração Pública.

Portanto, a simples análise do preço ofertado pelas licitantes não é capaz de garantir que o serviço será prestado de forma a atender os interesses da Administração Pública.

Desta feita, existe uma clara ilegalidade no instrumento convocatório, que definiu como critério para julgamento das propostas a serem ofertadas pelas licitantes o menor preço, quando a lei expressamente exige que o critério seja de melhor técnica ou técnica e preço.

Assim, deve tal irregularidade ser sanada por esta CPL, para que o Edital ora impugnado tenha como critério de julgamento das propostas a melhor técnica ou técnica e preço, em observância a legislação vigente.

Cumprido esclarecer que a alteração do critério de julgamento e da legislação de regência deste procedimento licitatório deverá culminar com a total alteração do instrumento convocatório.

Isso porque a contratação de agência de publicidade pela administração pública deve obedecer às determinações contidas na Lei n. 12.232/2010, tendo em vista que o diploma legal acima citado possui disposições específicas para serem utilizadas no procedimento licitatório que visa a contratação de agência de publicidade, as quais diferem, em muito, das utilizadas em pregões que adotam como critério de julgamento o menor preço – e que constam no Edital ora impugnado.

A título exemplificativo, o impugnante informa que a proposta de preço a ser apresentada pelas licitantes em certame que objetiva a contratação de agência de publicidade (quando o tipo licitatório escolhido for o de técnica e preço) é feita com base em descontos a serem concedidos em sua remuneração, relativos ao (s): custos dos serviços internos, constantes na tabela do Sinapro; honorários incidentes sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com fornecedores; desconto-padrão de agência; e planos de incentivo concedidos pelos veículos de divulgação.

Frise-se que todas as remunerações acima mencionadas são direito das agências de publicidade e se encontram reguladas nos itens 2.5.1, 3.6, 3.6.1, 3.6.2 e 4.1, todos das normas padrão da atividade publicitária (CENP).

Ocorre que no Edital impugnado consta que as licitantes deverão apresentar proposta de preço para os serviços a serem executados.

Portanto, resta latente a irregularidade existente no instrumento convocatório.

Ademais, o Anexo I do instrumento convocatório determina como deverão ser executados os serviços e veiculados os atos de interesse da Câmara.

Entretanto, cabe à agência de publicidade realizar o planejamento para executar o plano de comunicação, com a definição sobre a melhor forma de atingir o público almejado pela contratante.

Logo, não pode ser previamente determinado quais serviços deverão ser prestados e quais mídias deverão ser utilizadas pela agência vencedora na execução do serviço licitado, posto que cabe a esta elaborar o planejamento sobre a melhor maneira de obter resultados favoráveis a partir da veiculação do plano de comunicação.

Resta claro, portanto, que o instrumento convocatório e seus anexos precisam ser integralmente refeitos e adaptados à Lei n. 12.232/2010, inclusive com a definição da forma de avaliação da proposta técnica (plano de comunicação publicitária) a ser apresentada pelas licitantes.

De mais a mais, o Edital objeto desta impugnação dispõe expressamente que a modalidade adotada no processo licitatório é pregão presencial.

Contudo, a modalidade pregão não está disposta no artigo 22 da Lei de Licitações, o qual é mencionado no artigo 5º da Lei n. 12.232/2010:

“Art. 22. São modalidades de licitação:

- I - concorrência;
- II - tomada de preços;
- III - convite;
- IV - concurso;
- V - leilão.”

Como se isso não bastasse, a Lei n. 10.520/2002, que instituiu a modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição de bens e serviços comuns, dispõe, em seu artigo 1º, que “Para aquisição de bens e serviços comuns, poderá ser adotada a licitação na modalidade de pregão, que será regida por esta Lei”.

Como se pode perceber, o pregão é modalidade de licitação do tipo menor preço (artigo 4º, X, da Lei n. 10.520/2002) e somente pode ser utilizado para aquisição de serviços comuns.

Entretanto, nos termos do que já fora exposto nesta impugnação, os tipos de licitação obrigatórios na contratação de serviços de publicidade são o de melhor técnica ou de técnica e preço, sendo que nunca poderá ser adotado o tipo menor preço.

De mais a mais, os serviços prestados por agência de publicidade não são comuns, na medida em que seus padrões de desempenho e qualidade não podem ser objetivamente definidos no Edital.

Tal assertiva é formulada com base no fato de que, no procedimento licitatório que visa a contratação de agência de publicidade, as licitantes precisam apresentar proposta técnica (plano de comunicação publicitária), a qual é avaliada por uma subcomissão técnica.

Desta feita, apesar de necessitar constar no instrumento convocatório os quesitos que serão utilizados para avaliar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes, tais propostas serão efetivamente analisadas por uma subcomissão técnica, composta por profissionais que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing, ou que atuem em uma dessas áreas.

Logo, não há como se definir objetivamente no Edital os padrões de desempenho e qualidade do serviço de publicidade, afastando a possibilidade de utilizar o pregão para contratação de tal serviço, nos termos do artigo 1º, §1º, da Lei n. 10.520/2002.

Assim, mostrando-se inadequada a utilização do pregão para a contratação de agência de publicidade, todo o instrumento convocatório (incluindo seus anexos) precisa ser refeito, para que sejam obedecidas as determinações contidas na Lei n. 12.232/2010.

Ainda, o Edital em discussão foi veiculado em 04/07/2019.

No mais, a sessão pública para o início do certame foi designada para o dia 16/07/2019.

Com efeito, o artigo 21, § 2º, I, b, da Lei n. 8.666/93, que trata dos prazos que devem ser observados entre a publicação dos resumos dos editais dos procedimentos licitatórios e a data de recebimento das propostas, dispõe que, para as concorrências do tipo melhor técnica ou técnica e preço

(como no caso de contratação de agências de publicidade), o prazo mínimo entre a publicação do edital e o recebimento da proposta é de 45 dias, o que não foi observado no caso em comento.

Frise-se que esse prazo é de extrema importância porque nas licitações para contratação de agências de publicidade, que têm como critério de julgamento a técnica, as licitantes precisam elaborar proposta técnica, abordando o “case” apresentado no instrumento convocatório, o que demanda tempo.

Todavia, nos termos do que já fora exposto no decorrer desta impugnação, o Edital em comento foi disponibilizado em 04/07/2019, sendo que a sessão de início do certame foi designada para o dia 16/07/2019.

Ressalte-se que talvez esta CPL tenha levado em consideração o prazo constante no artigo 4º, V, da Lei n. 10.520/2002 (o prazo fixado para a apresentação das propostas, contado a partir da publicação do aviso, não será inferior a 8 (oito) dias úteis).

Contudo, a modalidade de licitação pregão, tipo menor preço, não é aplicável ao caso em comento, não podendo ser observado o prazo referente a tal modalidade em relação à disponibilização do Edital e à realização do certame.

Assim, foi designada uma data inferior à permitida em lei para realização do procedimento licitatório, levando em consideração o momento da publicação do resumo do Edital.

Portanto, deve ser designada nova data para início do certame, respeitando-se, em relação à disponibilização do edital, o prazo disposto na Lei de Licitações para procedimento licitatório a ser realizado, tendo como critério para julgamento das propostas a melhor técnica ou a técnica e preço.

3. DO PEDIDO.

Por todo o exposto, requer o impugnante que:

- V. Sa. receba esta impugnação ao edital de licitação pública N. 008/2019/SRP, conforme preceitua a lei, conhecendo-a, pois tempestiva, e julgando-a totalmente procedente, com base nos termos apresentados nesta peça.
- Seja alterado o instrumento convocatório, no sentido de que nele seja fixado como critério de julgamento das propostas a melhor técnica ou técnica e preço.
- Seja observado o prazo legal entre a publicação do resumo do edital do procedimento licitatório e a data de recebimento das propostas.
- O Edital seja adaptado às disposições da Lei n. 12.232/2010.
- Sejam retirados do Anexo 1 do Edital a quantidade de serviços e inserções a serem observadas pelas licitantes e os veículos onde devem ser difundidos.

Nestes termos, pede deferimento.

Belém, 10 de julho de 2019.


Rafaela H. Galvão Zúñiga
Presidente



RESPOSTA DE IMPUGNA O AO EDITAL

EMENTA: PROCESSO LICITATÓRIO N  015/2019-CMCC, PREGÃO PRESENCIAL N  008/2019/SRP.

OBJETO: Registro de Preços para futura e eventual contrata o de empresa para presta o de serviços de loca o de espaço de média para divulga o de atos e campanhas de interesse público, consistindo em: espaço para inser o de m dia televisiva em emissora com canal aberto e abrangência local, espaço para inser o de m dia institucional em jornais de circula o local, espaço para inser o de m dia digital em sites e blogs, para atender as necessidades da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás – PA.

No dia 11 de julho de 2019, às 12h24min, no Prédio da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás, foi protocolado pedido de impugna o aos termos do edital do PROCESSO LICITATÓRIO N  015/2019-CMCC.

Registre-se que a peça apresentada em sede de impugna o pelo **SINAPRO-PA – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ**, foi protocolada dentro do prazo regular estabelecido pela legisla o vigente, confirmado pelo instrumento de Edital que regulamenta o certame, pelo que se afere a plena tempestividade da peça, sobre o edital que questiona o regimento legal dos mesmos e a forma de julgamento das propostas, sendo tais observados a seguir:

1 – DOS FATOS ARTICULADOS PELO SINAPRO-PA – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ.

Em apertada síntese, a impugnante aduz que o processo acima ementado deveria ter aplicado como regência legal a Lei 12.232/2010 e Lei 4.860/65, que estabelece normas gerais para licita o e contrata o pela administra o pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e com aplicabilidade da citada Lei a impugnante sugere que a forma de julgamento do certame deveria passar do “menor preço” para a “melhor técnica o técnica e preço”.

Por fim, a impugnante requer que seja recebida a peça de impugna o, alterando a forma de julgamento no edital, aplicando em seu escopo os regramentos legais das Leis 12.232/2010 e 4.860/65.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE CANAÁ DOS CARAJAS
CÂMARA MUNICIPAL - PODER LEGISLATIVO



2 – DO MÉRITO.

Relacionado a isso destacamos que o objeto da presente licitação trata-se de serviços de locação de espaços de mídia para divulgação dos atos e programas de interesse público, desta forma na planilha descritiva foram discriminados os itens que compõem o objeto da licitação, onde os mesmos em sua prescrição estabelecem que na prestação dos serviços não está incluída a parte criativa, de roteiro e de produção, bem como não incluída a parte de planejamento.

Nesta senda, cabe a futura contratada somente a prestação dos serviços comuns de gravação, filmagem, inserções de mídias em jornais, sites, blogs, e em grade televisiva, sendo assim a parte que envolve expertise intelectual de roteiro, produção, criação e planejamento será realizada pela equipe técnica da assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás.

Com isso, ao adentrarmos o que preconiza a Lei 12.232/2010 é visto que conceito de serviços de publicidade encontra-se no Artigo 2º, caput, sendo estes definidos como o **CONJUNTO** das atividades realizadas **INTEGRADAMENTE** que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Assim é fácil perceber que a legislação trazida pela impugnante é destinada a serviços complexos de publicidade, bem como propaganda de órgãos públicos, envolvendo toda a expertise técnica para a detalhada prestação dos serviços, desde a concepção de roteiros, textos, execução interna e externa dos serviços, entre outros, tratando assim de um conjunto total de atividades realizadas integradamente por um corpo técnico.

A citada legislação enfatiza a contratação de agências que atuam em todas as áreas da publicidade e realizam integralmente todas as atividades para este fim, não cabendo assim a aplicabilidade das Leis 12.232/2010 e 4.860/65 no objeto licitado, pois, conforme citado, a parte criativa que envolve o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa será realizada pela equipe técnica de assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás, mantendo assim inalterada a regência legal estabelecida no edital.

Com a manutenção da regência legal é mantido também a forma de julgamento das propostas, qual seja, "MENOR PREÇO", característica do pregão, modalidade de licitação estabelecida pela Lei 10.520/2002 e adotada no procedimento por ser a mais vantajosa à administração pública na contratação dos serviços pretendidos.

Vale ainda ressaltar que segundo o caput do Artigo 46 da Lei 8.666/93, os tipos de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" deverão ser utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, em especial na elaboração de projetos, cálculos, fiscalização, supervisão e gerenciamento e de engenharia consultiva em geral e, em particular, para a elaboração de estudos técnicos preliminares e projetos básicos e executivos. E conforme citado a parte intelectual dos serviços serão executados pela equipe técnica de assessoria de comunicação desta Câmara Municipal.



ESTADO DO PARÁ
GOVERNO MUNICIPAL DE CANAÁ DOS CARAJAS
CÂMARA MUNICIPAL - PODER LEGISLATIVO



3 – CONCLUSÕES.

Pelo exposto, em face da IMPUGNAÇÃO DO EDITAL, apresentado pelo **SINAPRO-PA – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ** tem-se por bem receber a peça de impugnação e anexar nos autos processuais, vez que é tempestivo e regular, porém julgando a mesma como **IMPROCEDENTE** em todos os termos, mantendo integralmente o edital inicialmente publicado.

Canaã dos Carajás – PA, 12 de Julho de 2019.


Oseias Lima da Fonseca
Pregoeiro
Portaria 028/2019

ESTADO DO PARÁ
CÂMARA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS

CÂMARA MUNICIPAL DE CANAÃ DOS CARAJÁS
RESPOSTA DE IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

EMENTA: PROCESSO LICITATÓRIO Nº 015/2019-CMCC, PREGÃO PRESENCIAL Nº 008/2019/SRP.

OBJETO: Registro de Preços para futura e eventual contratação de empresa para prestação de serviços de locação de espaço de mídia para divulgação de atos e campanhas de interesse público, consistindo em: espaço para inserção de mídia televisiva em emissora com canal aberto e abrangência local, espaço para inserção de mídia institucional em jornais de circulação local, espaço para inserção de mídia digital em sites e blogs, para atender as necessidades da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás – PA.

No dia 11 de julho de 2019, às 12h24min, no Prédio da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás, foi protocolado pedido de impugnação aos termos do edital do PROCESSO LICITATÓRIO Nº 015/2019-CMCC.

Registre-se que a peça apresentada em sede de impugnação pelo **SINAPRO-PA – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ**, foi protocolada dentro do prazo regular estabelecido pela legislação vigente, confirmado pelo instrumento de Edital que regulamenta o certame, pelo que se afere a plena tempestividade da peça, sobre o edital que questiona o regimento legal dos mesmos e a forma de julgamento das propostas, sendo tais observados a seguir:

1 – DOS FATOS ARTICULADOS PELO SINAPRO-PA – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ.

Em apertada síntese, a impugnante aduz que o processo acima ementado deveria ter aplicado como regência legal a Lei 12.232/2010 e Lei 4.860/65, que estabelece normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e com aplicabilidade da citada Lei a impugnante sugere que a forma de julgamento do certame deveria passar do “menor preço” para a “melhor técnica o técnica e preço”.

Por fim, a impugnante requer que seja recebida a peça de impugnação, alterando a forma de julgamento no edital, aplicando em seu escopo os regramentos legais das Leis 12.232/2010 e 4.860/65.

2 – DO MÉRITO.

Relacionado a isso destacamos que o objeto da presente licitação trata-se de serviços de locação de espaços de mídia para divulgação dos atos e programas de interesse público, desta forma na planilha descritiva foram discriminados os itens que compõem o objeto da licitação, onde os mesmos em sua prescrição estabelecem que na prestação dos serviços não está incluída a parte criativa, de roteiro e de produção, bem como não incluída a parte de planejamento.

Nesta senda, cabe a futura contratada somente a prestação dos serviços comuns de gravação, filmagem, inserções de mídias em jornais, sites, blogs, e em grade televisiva, sendo assim a parte que envolve expertise intelectual de roteiro, produção, criação e planejamento será realizada pela equipe técnica da assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás.

Com isso, ao adentrarmos o que preconiza a Lei 12.232/2010 é visto que conceito de serviços de publicidade encontra-se no Artigo 2º, caput, sendo estes definidos como o **CONJUNTO** das atividades realizadas **INTEGRADAMENTE** que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Assim é fácil perceber que a legislação trazida pela impugnante é destinada a serviços complexos de publicidade, bem como propaganda de órgãos públicos, envolvendo toda a expertise técnica para a detalhada prestação dos serviços, desde a concepção de roteiros, textos, execução interna e externa dos serviços, entre outros, tratando assim de um conjunto total de atividades realizadas integradamente por um corpo técnico.

A citada legislação enfatiza a contratação de agências que atuam em todas as áreas da publicidade e realizam integralmente todas as atividades para este fim, não cabendo assim a aplicabilidade das Leis 12.232/2010 e 4.860/65 no objeto licitado, pois, conforme citado, a parte criativa que envolve o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa será realizada pela equipe técnica de assessoria de comunicação da Câmara Municipal de Canaã dos Carajás, mantendo assim inalterada a regência legal estabelecida no edital.

Com a manutenção da regência legal é mantido também a forma de julgamento das propostas, qual seja, “MENOR PREÇO”, característica do pregão, modalidade de licitação estabelecida pela Lei 10.520/2002 e adotada no procedimento por ser a mais vantajosa à administração pública na contratação dos serviços pretendidos.

Vale ainda ressaltar que segundo o caput do Artigo 46 da Lei 8.666/93, os tipos de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” deverão ser utilizados exclusivamente para serviços de natureza predominantemente intelectual, em especial na elaboração de projetos, cálculos, fiscalização, supervisão e gerenciamento e de engenharia consultiva em geral e, em particular, para a elaboração de estudos técnicos preliminares e projetos básicos e executivos. E conforme citado a parte intelectual dos serviços serão executados pela equipe técnica de assessoria de comunicação desta Câmara Municipal.

3 – CONCLUSÕES.

Pelo exposto, em face da **IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**, apresentado pelo **SINAPRO-PA – SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DO PARÁ** tem-se por bem receber a peça de impugnação e anexar nos autos processuais, vez que é tempestivo e regular, porém julgando a mesma como **IMPROCEDENTE** em todos os termos, mantendo integralmente o edital inicialmente publicado.

Canaã dos Carajás – PA, 12 de Julho de 2019.

OSEIAS LIMA DA FONSECA

Pregoeiro

Portaria 028/2019

Publicado por:

Rosilene Monteiro Oliveira

Código Identificador:35957DFA

Matéria publicada no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Pará no dia 15/07/2019. Edição 2275

A verificação de autenticidade da matéria pode ser feita

informando o código identificador no site:
<http://www.diariomunicipal.com.br/famep/>