MANIFESTAÇÃO TÉCNICA DA SUBCOMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

1. DELIMITAÇÃO E PREMISSAS PARA ANÁLISE DOS RECURSOS

Esta manifestação consolida a resposta da Subcomissão Técnica aos recursos administrativos interpostos pelas licitantes J. V. FERMINO DA SILVA ME (IMAGINE PROPAGANDA/IMAGINE), ZIMMERMANN PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA (Z3 PUBLICIDADE E PROPAGANDA/Z3), DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA (DMD), LUIZ G. RODRIGUES JUNIOR (GENIUS PUBLICIDADE/GENIUS), COMPANY COMUNICAÇAO LTDA (COMPANY), DIGITAL COMUNICAÇÃO (DIGITAL), SOUL PROPAGANDA (SOUL) e RENCA COMUNICAÇÃO LTDA (RENCA), contra o julgamento das propostas técnicas, tendo também analisado as contrarrazões apresentadas, de forma a integrar a motivação do julgamento já realizado, tornando mais claro e verificável o caminho percorrido.

O julgamento seguiu o instrumento convocatório, e conforme dispõe o item 19.6, cada membro da Subcomissão fez exame comparativo entre as propostas, e as notas refletiram o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios técnicos estabelecidos. Assim, não há, portanto, direito das recorrentes de substituir o juízo técnico da Subcomissão por sua própria leitura criativa, estratégica ou midiática. A revisão da nota só se justifica diante de desconformidade objetiva e relevante, capaz de afetar a adequação da proposta aos critérios do edital.

Assevera-se que o julgamento de publicidade é, por natureza, uma avaliação de atividade intelectual e criativa, o que envolve certo grau de subjetividade. O TCU reconhece isso no Acórdão nº 654/2007-Plenário, ao afirmar que *"a objetivação completa com parâmetros matemáticos e infalíveis de comparação é irreal neste tipo de objeto",* pois o que se julga é *"uma atividade artística, intelectual, inalcançável por métrica, peso ou outra forma de enlaço tangível, material".*

Nessa toada, o TCU no Acórdão nº 2.044/2026-Plenário, aduz "*a subjetividade técnica não dispensa fundamentação. Ao contrário. Exige que a Administração demonstre de forma compreensível o porquê de determinada proposta ter sido considerada superior ou inferior em relação aos parâmetros previamente estabelecidos*". Foi esse o padrão adotado nas fichas de avaliação, que registram a razão de cada pontuação, sem que se exija justificativa exaustiva de cada fração de nota, nos exatos termos do art. 11, § 4º, IV, da Lei nº 12.232/2010.

Esta análise observa também o formalismo moderado, considerando que uma irregularidade formal só autoriza consequência grave quando demonstrado prejuízo efetivo ao certame, às licitantes ou ao interesse público. A anulação de atos administrativos é medida excepcional, e não se reconhece nulidade quando dela não decorre prejuízo. Isso não significa afastar exigências relevantes do edital, mas sim impedir que uma falha formal, sem repercussão material comprovada, sirva para desclassificar uma proposta que permaneceu compreensível, avaliável e compatível com o objeto da contratação. Feitas essas considerações iniciais, passa-se à análise dos recursos.

A) RECORRENTE: IMAGINE

A.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente formula insurgência em múltiplos eixos: (i) imputações de desconformidades na estratégia de mídia e não mídia às agências SOUL, Z3, ART & C e RENCA; (ii) imputações de desconformidades na estratégia de comunicação e na ideia criativa às agências SOUL, Z3, DIGITAL e ART & C; (iii) apontamentos quanto ao repertório e aos relatos fora do marco temporal da COMPANY; e (iv) impugnação da motivação da nota atribuída à própria recorrente.

A presente análise demonstra que há aspectos apontados que já foram identificados e considerados pela Subcomissão no julgamento, com a correspondente repercussão sobre as notas. As alegações que não se confirmaram configuram divergência valorativa quanto ao juízo técnico realizado, sem demonstração objetiva de descumprimento dos critérios editalícios.

A. II. DAS DESCONFORMIDADES NA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Quanto às imputações às licitantes SOUL, Z3 e ART & C, adota-se o parâmetro metodológico do item 19.4.4 do edital, que submete a Estratégia de Mídia e Não Mídia a cinco vetores de avaliação: conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público-alvo, capacidade analítica na formulação da estratégia, pertinência e consistência das escolhas, exequibilidade do plano e economicidade na aplicação da verba. Nenhum desses vetores é aritmético.

A conferência dos valores lançados nas planilhas em face das tabelas de referência foi conduzida como etapa instrumental da avaliação, e não como critério autônomo de julgamento. O parâmetro é o fixado no item 17.2.11.4.7.1 do edital: a tabela cheia vigente na data de publicação do último Aviso de Licitação. As divergências foram examinadas pelo efeito material que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor isolado. Aquelas com repercussão material sobre os vetores do item 19.4.4 foram ponderadas na nota; aquelas sem aptidão para alterar o resultado global da programação não o foram, por incidência direta dos vetores editalícios, à luz da razoabilidade e da proporcionalidade.

O plano do Invólucro nº 1 constitui simulação. Não empenha valores, não gera obrigação, não vincula os preços da futura contratação e não será executado em seus termos, pois a execução dependerá de autorização da unidade demandante, negociação e todas as demais fases de execução contratual. A simulação serve para a subcomissão técnica para comparar os raciocínios de mídia sob o mesmo parâmetro comum. Extrair consequência gravosa de variação aritmética em documento de natureza simulada equivaleria a tratar simulação como empenho, o que o edital não autoriza.

Da mesma forma quanto à licitante RENCA, a recorrente aponta fatos relativos ao mesmo Subquesito 4. A Subcomissão identificou, na proposta da RENCA, divergências com impacto prejudicial concreto sobre a consistência da programação, o equilíbrio das faixas horárias, a cobertura de meios e a economicidade do plano tático, que afetaram substancialmente a exequibilidade da estratégia. Em razão dessa materialidade, as

divergências resultaram em perda de pontuação nesse Subquesito. O apontamento já foi considerado na avaliação, portanto, não há fundamento para nova revisão ou recálculo.

A.III. DAS DESCONFORMIDADES NA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E NA IDEIA CRIATIVA

A Recorrente tece imputação à licitante SOUL aduzindo duplicidade na apresentação do jingle e desrespeito ao limite quantitativo de peças. No entanto, a alegação é improcedente. A Subcomissão analisou a proposta da SOUL, não tendo constatado duplicidade de peças ou apresentação de quantidade de peças corporificadas superior ao limite editalício. A utilização do jingle como elemento sonoro integrante de uma peça audiovisual não caracteriza, por si só, a apresentação de uma segunda peça corporificada. A recorrente apresenta hipóteses sobre eventual existência de dois jingles, mas não demonstra objetivamente qualquer irregularidade.

Também alega que o conceito da SOUL "O Cashback é o Fuxico da Vez" teria risco de interpretações negativas. Porém, na análise da proposta da SOUL, foram consideradas a Estratégia de Comunicação, a Ideia Criativa, as peças descritas e as peças corporificadas, tendo sido possível compreender o sentido e o tom empregados na utilização do termo "fuxico". O termo não pode ser analisado de maneira isolada, mas deve ser considerado no contexto integral da proposta. As notas foram atribuídas de forma individualizada por cada avaliador, conforme os critérios do edital. Assim, não se identificou inadequação que justificasse a revisão das notas.

A Subcomissão também verificou, na proposta da SOUL, a utilização de termos e elementos característicos da linguagem e da cultura cuiabana, em consonância com a estratégia de comunicação e com a ideia criativa desenvolvida. A análise não se limitou à identificação isolada de uma palavra, mas considerou o conjunto da proposta. Não há fundamento técnico que justifique a revisão das notas.

A recorrente se insurge quanto à avaliação da licitante Z3 aduzindo que o conceito da proposta tem linguagem promocional de varejo e déficit de didatismo. No entanto, todos os aspectos apontados foram considerados na avaliação da Z3. A proposta foi analisada integralmente, de acordo com os critérios do edital, e as notas foram atribuídas de forma individualizada, acompanhadas das respectivas justificativas. O simples fato de a recorrente possuir entendimento diverso acerca das soluções apresentadas não constitui fundamento para revisão da avaliação técnica, que exigiria a demonstração objetiva de descumprimento dos critérios, o que não ocorreu.

A recorrente se insurge quanto à avaliação das licitantes Z3 e DIGITAL aduzindo que a nota fiscal apresentada não teria sido qualificada como nota fiscal de serviço. No entanto, o aspecto apontado foi constatado pela Subcomissão e devidamente considerado na avaliação, tendo repercutido na pontuação atribuída no Subquesito 3.

A recorrente se insurge quanto à avaliação da licitante ART & C aduzindo que a utilização reiterada da expressão "Nova Nota Cuiabana" induziria o público a erro, transmitindo a ideia de criação de um novo programa ou de substituição do programa Nota Cuiabana já existente. No entanto, o aspecto apontado foi identificado e considerado na avaliação da ART & C. Conforme o briefing, a proposta consiste na implementação do

benefício de cashback como novo mecanismo vinculado a um programa já existente e consolidado, e não na criação de uma nova Nota Cuiabana. A inconsistência apontada foi considerada na avaliação e resultou na correspondente perda de pontuação.

A. IV. DO REPERTÓRIO E DOS RELATOS FORA DO MARCO TEMPORAL

A recorrente aponta o repertório e os relatos da COMPANY fora do marco temporal. As questões apontadas foram verificadas e consideradas pela Subcomissão no momento do julgamento da proposta, em estrita observância às regras e aos critérios do edital.

No Quesito 3, Repertório, das dez peças apresentadas, cinco não atenderam ao marco temporal do item 17.2.14.4 e, por não preencherem a condição editalícia de admissibilidade, não integraram a avaliação. As cinco peças aptas foram regularmente submetidas à análise individual pelos três avaliadores, e a pontuação foi proporcionalizada nos termos do item 19.8, resultando na nota 5,00, conforme registrado nas planilhas individuais.

No Quesito 4, Relatos, dos três relatos apresentados, dois não atenderam ao marco temporal do item 20.4.14.4 e não compuseram a nota. O relato remanescente, único apto, foi avaliado quanto ao mérito e recebeu a pontuação máxima, sendo a nota global do quesito proporcionalizada nos termos do item 19.8, em razão da quantidade de relatos válidos apresentada ser inferior à exigida pelo edital.

Os fatos apontados, portanto, já foram integralmente considerados na atribuição das notas, não havendo fundamento para novo recálculo ou redução da pontuação.

A.V. DA MOTIVAÇÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À IMAGINE

A recorrente impugna a motivação da nota atribuída à sua própria proposta. A alegação é improcedente.

As justificativas constantes das fichas de avaliação refletem a percepção técnica individual de cada membro da Subcomissão, observados os critérios objetivos do edital para cada subquesito. Cada nota foi acompanhada de fundamentação compatível com o respectivo critério, evidenciando os aspectos que motivaram a avaliação. No caso, a avaliadora considerou que as peças apresentadas eram, de modo geral, compatíveis com os meios propostos, mas identificou pequeno excesso na quantidade e na diversificação de formatos utilizados em alguns meios, o que, em sua avaliação, poderia resultar em pulverização excessiva da comunicação e reduzir a adequação entre determinadas peças e os respectivos canais. Essa foi a razão pela qual, embora tenha considerado a proposta coerente com os meios indicados, a avaliadora atribuiu nota 9, e não a pontuação máxima. A justificativa é compatível com a nota atribuída, não havendo fundamento para sua alteração.

A.VI. CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta Subcomissão Técnica conclui que as insurgências formuladas pela recorrente IMAGINE não evidenciam desconformidade objetiva e relevante capaz de comprometer a adequação das propostas aos critérios editalícios de julgamento.

Assim, esta Subcomissão Técnica considera improcedente o recurso da licitante IMAGINE em sua totalidade.

B) RECORRENTE: Z3

B.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente formula insurgência em múltiplos eixos: (i) preliminar de nulidade do julgamento por suposta ausência de motivação adequada; (ii) pedido de majoração da pontuação atribuída à sua própria proposta; (iii) imputações de inconsistências às agências NOVA, IMAGINE, DMD, ZF, GENIUS e SOUL; (iv) questionamento quanto à apresentação de mockups; e (v) insurgências quanto ao Invólucro 3, abrangendo capacidade de atendimento, repertório e relatos.

A presente análise demonstra que há aspectos apontados que já foram identificados e considerados pela Subcomissão no julgamento, com a correspondente repercussão sobre as notas. Por outro lado, há alegações que não se confirmaram e configuram divergência valorativa quanto ao juízo técnico realizado, sem demonstração objetiva de descumprimento dos critérios editalícios.

B.II. DA PRELIMINAR DE NULIDADE DO JULGAMENTO POR AUSÊNCIA DE MOTIVAÇÃO

As justificativas lançadas nas planilhas de avaliação foram registradas individualmente pelos integrantes da Subcomissão, em relação aos respectivos quesitos e subquesitos, considerando os critérios do instrumento convocatório e o conteúdo efetivamente apresentado em cada proposta. As notas não foram atribuídas de forma isolada ou desacompanhadas de apreciação técnica, mas decorreram da análise do grau de atendimento dos critérios.

As expressões utilizadas traduzem a conclusão técnica dos julgadores acerca do grau de atendimento alcançado em cada subquesito e devem ser interpretadas em conjunto com o critério avaliado e com a pontuação atribuída. A legislação não estabelece que a motivação de cada nota deva assumir extensão determinada, tampouco exige a reprodução detalhada de todos os elementos considerados pelo julgador. A exigência de fundamentação prevista no art. 11, § 4º, IV, da Lei nº 12.232/2010 não se confunde com a obrigação de elaboração de relatório analítico exaustivo de cada proposta. O que se exige é que as conclusões estejam fundamentadas nos critérios do edital, permitindo identificar a razão técnica que conduziu à avaliação, o que ocorreu.

A recorrente desconsidera a natureza do julgamento técnico em licitações dessa natureza que, por definição, envolve valoração especializada e comporta margem de subjetividade. O TCU, no Acórdão 1.257/2023-Plenário (rel. Min. Benjamin Zymler), revisitou expressamente o grau de subjetividade admitido nos editais de licitação do tipo técnica e preço, reconhecendo que a avaliação técnica, por sua natureza, não se reduz a parâmetros puramente objetivos e admite valoração diferenciada entre julgadores. No mesmo sentido, o Acórdão 2.044/2026-Plenário (rel. Min. Jorge Oliveira), aplicável a licitações de serviços de publicidade reafirmou que a avaliação das propostas "é, por natureza, um processo que

envolve subjetividade", cabendo à subcomissão técnica, como órgão colegiado, a prerrogativa de justificar as pontuações atribuídas.

Nesse contexto, é plenamente possível que julgadores distintos atribuam diferentes graus de valoração a uma mesma solução, sem que essa circunstância represente ausência de critério ou ilegalidade. A objetividade do julgamento não significa que a avaliação técnica deva produzir resultados matematicamente idênticos entre os julgadores, mas que a análise permaneça vinculada aos critérios do edital.

Não há que se falar em cerceamento de defesa. A recorrente teve acesso às avaliações e às respectivas justificativas e, com base nelas, apresentou recurso extenso, questionando pontualmente as notas e os fundamentos. O próprio conteúdo do recurso demonstra plena compreensão da matéria e efetivo exercício do contraditório e da ampla defesa. Assim, não se identifica vício de forma, ausência de motivação ou violação ao julgamento objetivo capaz de comprometer a validade do julgamento técnico, não havendo fundamento para declaração de nulidade ou renovação do julgamento.

B.III. DO PEDIDO DE MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DA PRÓPRIA RECORRENTE

A Recorrente se insurge quanto às notas atribuídas ao Raciocínio Básico pelos avaliadores. No entanto, a análise empreendida não desconsiderou os elementos apresentados pela recorrente. A pontuação decorreu da avaliação do grau de atendimento aos critérios do item 19.4.1, considerando não apenas a presença de informações, mas sua pertinência, articulação, profundidade e capacidade de responder ao que era exigido em cada alínea. A existência de dados, referências ou abordagens relacionadas aos critérios não implica atendimento integral ou justificativa para majoração. O julgamento considerou limitações quanto à profundidade da análise do contexto fiscal, à exploração das dificuldades e barreiras de comunicação e ao detalhamento e objetividade na compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação. A argumentação do recurso representa a interpretação da própria recorrente acerca da qualidade de sua proposta, não demonstrando erro objetivo na avaliação.

Quanto à Estratégia de Comunicação Publicitária e da Ideia Criativa, a Subcomissão avaliou a proposta conforme os critérios do edital e considerou que determinados aspectos não atingiram o grau de atendimento necessário para a pontuação máxima, especialmente quanto à consistência e articulação da estratégia, ao desenvolvimento de determinados aspectos e ao caráter promocional atribuído à solução. A apresentação de elementos relacionados aos critérios não implica seu atendimento integral, não determinando, por si só, a atribuição de nota 10. Não procede a alegação de quebra de isonomia baseada nas notas de outras licitantes, as propostas são distintas e avaliadas individualmente, e a atribuição de determinada nota a uma concorrente não cria direito à mesma pontuação para outra proposta.

No que se refere à Estratégia de Mídia e Não Mídia, a nota decorreu da avaliação do conteúdo apresentado na própria proposta da Z3. A avaliação não estabeleceu como regra a impossibilidade de utilização de dados nacionais; o apontamento refere-se à insuficiência da abordagem quanto à caracterização dos hábitos de consumo dos públicos da campanha. A comparação com outras licitantes não altera essa conclusão, pois a avaliação de cada licitante considerou o conjunto de sua apresentação, não havendo equivalência automática

entre propostas pelo simples fato de utilizarem fontes de abrangência semelhante. Não procede o pedido alternativo de redução das notas das demais licitantes, pois não se demonstrou que suas avaliações tenham resultado de aplicação incorreta dos critérios.

B.IV. DA ALEGAÇÃO DE INCONSISTÊNCIAS DAS AGÊNCIAS CONCORRENTES NO INVÓLUCRO 1

1. Das alegações atribuídas a Agência NOVA

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito do Raciocínio Básico apresentado pela Agência Nova. Porém, as conclusões da recorrente decorrem de sua própria interpretação acerca da suficiência e pertinência dos elementos apresentados, não demonstrando erro na avaliação. A utilização de informações relacionadas a outros aspectos da proposta não determina a redução da pontuação no Raciocínio Básico, pois o que deve ser considerado é o atendimento aos critérios específicos do subquesito. Não foi indicado critério não previsto no edital, nem demonstrado que a Subcomissão tenha deixado de observar elemento que conduzisse a pontuação diversa.

Já no que se refere à Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa, a Subcomissão compreendeu a associação entre a participação no Programa Nota Cuiabana e os benefícios decorrentes da arrecadação municipal como benefício indireto ao cidadão, enquanto os benefícios diretos, como cashback e prêmios, decorrem da participação no programa. Ao mesmo tempo, identificou que, em determinadas peças, a apresentação das entregas municipais assumiu relevância superior à comunicação dos benefícios diretos, característica que foi considerada na avaliação e repercutiu na pontuação. O aspecto apontado não passou despercebido no julgamento, já tendo sido considerado na formação das notas.

Quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia, especificamente quanto à distribuição das inserções de rádio, a Subcomissão não considerou que a indicação de liderança de audiência obrigasse a concentração da maior quantidade de inserções ou do maior investimento no veículo; a composição do plano deve ser analisada pelo conjunto de sua distribuição. Quanto ao Minigame, a simples indicação de valor "R$ -" na linha específica de produção não permite concluir pela inexequibilidade, pois o formato foi apresentado como Rich Media, inserido na contratação correspondente à mídia digital, devendo a análise considerar a estrutura de custos como um todo. Reitera-se que eventuais divergências de valores foram examinadas pelo efeito que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor aritmético isolado, não se verificando repercussão suficiente para justificar alteração das notas, em razão da baixa materialidade.

2. Das alegações atribuídas a Agência IMAGINE

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito do Raciocínio Básico apresentado pela Agência Imagine. No entanto, as notas atribuídas pelos avaliadores já refletem, individualmente, o grau de atendimento identificado. Eventuais limitações ou ressalvas percebidas foram consideradas na própria graduação das pontuações. A pretensão busca substituir a avaliação técnica pela interpretação da própria recorrente, sem demonstração de erro objetivo.

No que se refere Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa, as avaliações foram individualizadas. Quanto ao conceito apresentado pela IMAGINE, a Subcomissão não identificou a alegada confusão de informação quanto ao funcionamento do cashback. A representação gráfica de uma interface com valores em reais foi compreendida como recurso ilustrativo para demonstrar, de forma visual, o benefício econômico decorrente do cashback, e não como reprodução de interface oficial do Programa Nota Cuiabana, tratando-se de simulação integrante da solução criativa.

Quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia, a alegação é improcedente. A distribuição dos investimentos foi analisada considerando o planejamento em seu conjunto, e não pela comparação isolada entre os valores destinados a cada plataforma. Não há previsão editalícia que determine fonte específica ou modelo único de fundamentação. Quanto ao *cross media*, a Subcomissão avaliou a integração conforme o conteúdo efetivamente registrado, e as exigências adicionais apontadas pela recorrente não constituem, por si mesmas, parâmetros suficientes para caracterizar erro. Em relação à ação de não mídia, eventuais limitações identificadas foram consideradas na graduação atribuída. Quanto à utilização de servidores, o aspecto foi considerado na avaliação do critério 4.d), nos limites da análise técnica atribuídas a competência da Subcomissão. Reitera-se que eventuais divergências de valores foram examinadas pelo efeito que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor aritmético isolado, não se verificando repercussão suficiente para justificar alteração das notas.

3. Das alegações atribuídas a Agência DMD

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito do Raciocínio Básico apresentado pela Agência DMD. A recorrente busca impor sua própria avaliação sobre o conteúdo da proposta, pretendendo substituir o juízo técnico realizado individualmente. As questões apontadas foram objeto da análise e encontram-se refletidas nas notas, que demonstram, inclusive, que a proposta não foi considerada de atendimento pleno, tendo sofrido perda significativa de pontuação no subquesito. Não foi demonstrado erro objetivo na avaliação.

Quanto à Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa a recorrente busca impor sua própria avaliação, qualificando como insuficientes ou inadequados elementos submetidos à análise técnica individual. Ausente demonstração de erro objetivo ou de aspecto relevante desconsiderado, não há fundamento para alteração das notas.

No que se refere à Estratégia de Mídia e Não Mídia, verifica-se que quanto ao rádio, a proposta apresentou as estimativas de GRP e impactos utilizados no planejamento, não sendo suficiente a simples discordância quanto à forma de demonstração dos cálculos. Quanto à classificação dos portais de notícia locais, trata-se de critério de organização do quadro de investimentos adotado pela licitante, sem demonstração de prejuízo à estratégia. Reitera-se que eventuais divergências de valores foram examinadas pelo efeito que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor aritmético isolado, não se verificando repercussão suficiente para justificar alteração das notas.

4. Das alegações atribuídas a Agência ZF

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito da Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa. A solução da landing page foi analisada no conjunto da estratégia, não tendo sido identificado elemento que justificasse a desconsideração da proposta. A comparação com uma plataforma de comércio eletrônico não é suficiente para modificar a avaliação. Quanto à diferença de redação apontada, o aspecto foi observado e considerado pelos avaliadores, inclusive com repercussões na pontuação, conforme registrado nos formulários.

Quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia os questionamentos sobre dados demográficos e de audiência foram considerados na avaliação. Quanto à TV, a alegada incompatibilidade entre cobertura e penetração decorre da comparação de indicadores distintos, e a projeção de impactos deve ser compreendida no contexto da frequência de veiculação. Em relação aos portais digitais, a métrica de usuários únicos não corresponde necessariamente à população residente na praça. Quanto aos custos de conversão, a Subcomissão verificou que os valores correspondentes constam da Tabela de Produção e Execução Técnica apresentada. Reitera-se que eventuais divergências de valores foram examinadas pelo efeito que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor aritmético isolado, não se verificando repercussão suficiente para justificar alteração das notas.

5. Das alegações atribuídas a Agência GENIUS

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito da Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa. A alegação é improcedente. Quanto à representação gráfica do cupom fiscal, embora não reproduza de forma fidedigna o documento correspondente à Nota Fiscal de Serviço, a Subcomissão a considerou como elemento meramente ilustrativo da simulação da campanha, passível de adequação na execução, sem prejuízo à concepção apresentada. Em relação à expressão utilizada para comunicar o retorno do valor, a linguagem adotada não gera confusão quanto à proposta do Cashback, considerando o conjunto das peças, registrando-se que formulações semelhantes foram utilizadas por outras licitantes.

Quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia, a recorrente apresenta extensa relação de eventuais inconsistências e, em diversos pontos, pretende substituir a avaliação realizada por sua própria interpretação quanto ao nível de detalhamento, às metodologias e às escolhas consideradas adequadas. A Subcomissão avaliou o conjunto da estratégia conforme os critérios do edital, e as notas refletem o grau de atendimento identificado, inclusive as limitações verificadas. A ausência de determinados dados, metodologias ou detalhamentos que a recorrente faz interpretação própria de que seriam desejáveis não encontra respaldo nos critérios do edital. Reitera-se que eventuais divergências de valores foram examinadas pelo efeito que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor aritmético isolado, não se verificando repercussão suficiente para justificar alteração das notas já atribuídas.

6. Das alegações atribuídas a Agência SOUL

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito da Estratégia de Comunicação Publicitária e Ideia Criativa. A Subcomissão analisou a utilização da expressão apontada no contexto do conceito e das peças, não identificando prejuízo suficiente à compreensão da mecânica do Cashback. A interpretação de que a utilização da palavra

"dinheiro" caracterizaria promessa de retorno em espécie decorre da leitura e interpretação próprias adotada pela recorrente. A análise considerou a mensagem em seu conjunto, e eventuais limitações de clareza, precisão ou adequação foram consideradas na pontuação quando identificadas, inclusive com perda de pontuação já atribuída.

Quanto à Estratégia de Mídia e Não Mídia, a alegação é improcedente. Quanto às alegações relativas a alcance, frequência, sazonalidade, distribuição dos investimentos, seleção dos veículos e utilização das fontes de pesquisa, a recorrente apresenta sua própria interpretação acerca de como o planejamento deveria ter sido estruturado. Determinados aspectos apontados foram considerados pelos avaliadores, inclusive com perda de pontuação decorrente de inconsistências identificadas na proposta da SOUL. Quanto ao custo de conversão da TVCA, o referido custo está contemplado na proposta, conforme sua composição de produção, não havendo a omissão apontada. Não se sustenta a tentativa de transformar diferenças de entendimento sobre a composição do plano em fundamento automático para redução adicional da nota.

B.V. DA ALEGAÇÃO DE IMPOSSIBILIDADE DE APRESENTAÇÃO DE MOCKUPS

O instrumento convocatório que rege o presente certame é o edital republicado na data de 18 de março de 2026. Na ocasião da republicação, a Administração ao apreciar questionamentos formulados, expressamente autorizou a apresentação das peças da Ideia Criativa em mockup, superando o esclarecimento relacionado ao edital revogado pela republicação.

Dessa forma, todas as licitantes tiveram ciência da nova regra e dispuseram de prazo regular para reformular suas propostas à luz do edital vigente.

Nesse contexto, a utilização de mockups pelas licitantes GENIUS, SOUL e IMAGINE, no momento da apresentação das propostas, estava expressamente autorizada pelo edital republicado, que é o instrumento válido e vigente do certame. Não se verifica, portanto, descumprimento das regras do certame, tampouco vantagem indevida em favor de qualquer licitante, uma vez que a autorização decorreu de regra publicizada e aplicável a todas, com prazo reaberto para a apresentação de propostas em condições de igualdade.

B.VI. DAS ALEGAÇÕES QUANTO AO INVÓLUCRO 3

1. Das alegações atribuídas a Agência SOUL

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito da Capacidade de atendimento. No entanto, a Recorrente deixou de considerar, na leitura da documentação da Agência SOUL, três elementos relevantes: a indicação, na página 21, de profissional para Planejamento de Marketing Digital e Tráfego Pago; a segunda graduação informada para o profissional de Mídias Sociais e Inovação; e, consequentemente, a inexistência da alegada cumulação indevida de funções. A conclusão de que a Agência SOUL não teria apresentado profissional para uma das áreas obrigatórias decorre de leitura incompleta da proposta. Não se verifica o descumprimento apontado, tampouco fundamento para atribuição de nota zero ou desclassificação.

Quanto ao repertório, os requisitos exigidos estão definidos, de forma taxativa, nos itens 17.2.14.2 a 17.2.14.9 do edital: peças concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante (17.2.14.2); apresentação de dez peças (17.2.14.3); marco temporal a partir de 1º de janeiro de 2021 (17.2.14.4); ficha técnica com a indicação do problema, da identificação da licitante e do cliente, do título, da data de produção, do período de veiculação e do veículo (17.2.14.8); e vedação a trabalhos solicitados ou aprovados pela contratante (17.2.14.9).

Nenhum desses dispositivos estabelece limitação quanto ao número de peças por cliente ou por campanha. Ao contrário, o item 17.2.14.3 determina a apresentação de dez peças "independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação", expressão que evidencia que o edital não restringiu a natureza, o cliente ou a campanha das peças integrantes do Repertório. A apresentação de mais de uma peça relacionada a um mesmo cliente ou campanha, portanto, não contraria qualquer requisito editalício.

A Subcomissão avaliou o Repertório da Agência SOUL conforme os critérios editalícios, considerando a capacidade, a diversidade, a versatilidade e a experiência demonstradas pelo conjunto do material apresentado, não havendo fundamento para a desconsideração pretendida.

2. Das alegações atribuídas a Agência IMAGINE

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito da Capacidade de atendimento. No entanto, a alegação não demonstra objetivamente que os profissionais deixem de atender aos requisitos em grau que justifique a consequência pretendida.

Quanto ao Repertório, a classificação de uma peça como integrante ou não do Repertório deve observar os requisitos do edital, não cabendo à recorrente estabelecer critérios adicionais quanto a formato, linguagem ou estrutura criativa. A peça questionada foi apresentada como trabalho realizado para cliente, acompanhada das informações de identificação e solução de comunicação. Ao pretender impor exigências não previstas no instrumento convocatório, a recorrente busca substituir o juízo técnico da Subcomissão por sua própria valoração, sem demonstrar descumprimento objetivo dos critérios editalícios, não havendo fundamento para a desconsideração pretendida.

3. Das alegações atribuídas a Agência GENIUS

A recorrente se insurge quanto à análise dos avaliadores a respeito da Capacidade de atendimento. No entanto, o item 19.4.5, alínea "b", do edital exige a quantificação e qualificação dos profissionais sob a forma de currículo resumido, com nome, formação acadêmica e experiência, discriminadas as respectivas áreas de atuação. Não determina, portanto, que a denominação do cargo reproduza nomenclaturas específicas. A Subcomissão analisou a documentação da Agênia GENIUS atestando compatibilidade com o exigido. Ao pretender impor exigência de correspondência nominal não prevista no edital, a recorrente busca substituir o juízo técnico da Subcomissão por sua própria valoração, sem demonstrar descumprimento objetivo dos critérios editalícios, não havendo fundamento para a desconsideração pretendida.

Quanto aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, a Subcomissão verificou os documentos apresentados, incluindo o ateste emitido pela Prefeitura de Chapada dos Guimarães, a assinatura nele constante e o respectivo documento de validação. Embora a recorrente apresente fundamentos relacionados aos requisitos de validação de assinaturas digitais, não traz qualquer elemento concreto que demonstre a falsidade, adulteração ou invalidade da assinatura. A mera alegação de que determinados elementos não estariam presentes não é suficiente para afastar a validade do documento, especialmente diante da documentação de validação apresentada. Não tendo sido comprovada irregularidade capaz de comprometer a autenticidade ou a validade do ateste, não há fundamento para desconsiderá-lo.

B.VII. CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta Subcomissão Técnica conclui que as insurgências formuladas pela recorrente não evidenciam desconformidade capaz de comprometer a adequação das propostas aos critérios editalícios de julgamento.

Assim, esta Subcomissão Técnica reputa como improcedente as alegações e opina pelo improvimento do recurso interposto.

C) RECORRENTE: DMD

C.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente formula insurgência em múltiplos eixos, dirigidos às agências IMAGINE, SOUL, NOVA, ZF e GENIUS, abrangendo capacidade de atendimento, ação de mídia e não mídia, ideia criativa, planejamento de mídia, direitos autorais, proteção de dados, funil de conversão e exequibilidade de peças.

A presente análise demonstra que há aspectos apontados que já foram identificados e considerados pela Subcomissão no julgamento, com a correspondente repercussão sobre as notas. As alegações que não se confirmaram configuram divergência valorativa quanto ao juízo técnico realizado, sem demonstração objetiva de descumprimento dos critérios editalícios.

C.II. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA IMAGINE

A recorrente se insurge quanto à avaliação da capacidade de atendimento da IMAGINE. O argumento não procede. O item 19.4.5, alínea "b", do edital não premia a agência com mais profissionais; a avaliação verifica se a equipe apresentada é suficiente e adequada para executar os serviços. A Subcomissão entendeu que a IMAGINE apresentou equipe de diferentes áreas, com experiência e qualificação compatíveis com o objeto, e considerou adequadas a quantidade e a composição. O fato de a DMD ter mais colaboradores não demonstra maior capacidade técnica, nem fundamenta a redução da nota da IMAGINE, pois o edital não prevê pontuação extra pelo porte da estrutura ou pelo número de empregados.

Quanto à interpretação da recorrente sobre a adequação dos recursos empregados com a estratégia a Subcomissão entende que o que deve ser considerado são os elementos efetivamente concebidos como materiais ou recursos da ação. No caso, o elemento de caracterização previsto são as mochilas-pirulito com placas contendo o mote da campanha, e não a produção de uniformes ou roupas personalizadas. Portanto, alegação improcedente.

Da interpretação da mensagem (Quesito 3, Ideia Criativa): A alegação é improcedente. A avaliação é individual, não se exigindo uniformidade entre os julgadores quanto à percepção de determinado critério. A análise da mensagem considera o conjunto da construção textual e visual, e não uma expressão isoladamente. Não se verifica, no conjunto da proposta, elemento suficiente para concluir que a mensagem induza o público à compreensão de recebimento de dinheiro em espécie. Para alteração da nota, seria necessário identificar efetivo descumprimento do critério editalício, o que não se verifica.

Já quanto ao planejamento de mídia (outdoors), a Subcomissão analisou a composição do OOH e não identificou elemento que demonstrasse a necessidade de custo adicional capaz de comprometer a exequibilidade. Conforme as planilhas de mídia da IMAGINE, há distanciamento de uma bissemana entre a aplicação das 20 placas de outdoor e as 15 placas seguintes, não ocorrendo simultaneamente, o que evidencia o reaproveitamento das mesmas lonas, conforme registrado na proposta. Não foi constatada inconsistência que comprometa a exequibilidade ou a economicidade do plano.

Da insurgência quanto ao cachê do apresentador: A forma de apresentação não compromete a clareza ou a compreensão da proposta. A DMD questiona a natureza distinta das despesas, mas não demonstra de que forma a classificação adotada teria causado prejuízo à análise. Trata-se de questão de forma de apresentação orçamentária, sem prejuízo concreto à avaliação.

Da ausência de identificação dos formatos de mídia: A nomenclatura empregada permite identificar os formatos e relacioná-los aos respectivos veículos e custos. A exigência editalícia deve ser analisada à luz de sua finalidade, permitir a adequada compreensão e avaliação do plano de mídia, finalidade que foi atendida. Não se verifica ausência de informação capaz de comprometer a compreensão ou a avaliação da proposta.

C.III. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA SOUL

Do uso de música autoral para elaboração de jingle: A alegação é improcedente. O material questionado é um monstro de rádio, e não a versão final do jingle, e o item 17.2.11.3.7 do edital permite expressamente que, na elaboração de monstro ou layout eletrônico para o meio rádio, sejam inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução. A proposta técnica submetida à avaliação é, por natureza, uma simulação, destinada a demonstrar a solução criativa, e não o produto final a ser veiculado. A recorrente sustenta que o material de referência guardaria semelhança com obra preexistente. No entanto, eventual discussão sobre violação de direitos autorais somente poderia ser analisada diante da efetiva utilização da obra na versão final, não cabendo antecipar irregularidade não caracterizada no material submetido à avaliação, cuja verificação de semelhança demandaria, ademais, análise pericial específica, insuscetível de ser realizada no âmbito do julgamento das propostas.

Do uso de cena que não corresponde à natureza dos serviços da Nota Cuiabana: O fato foi verificado e considerado pela Subcomissão durante a avaliação. A utilização de cena ambientada em supermercado foi identificada como elemento sem plena adequação à natureza dos serviços abrangidos pela Nota Cuiabana, já tendo resultado em desconto de pontuação no Quesito 3. Não há omissão que justifique novo desconto em razão do mesmo aspecto.

Do disparo de áudio via WhatsApp. A alegação é improcedente. A proposta da SOUL não informa a utilização de contatos obtidos de forma irregular, nem determina o envio de mensagens sem fundamento legal. A alegação se baseia em possível irregularidade futura, e não em desconformidade efetivamente identificada na proposta.

Da distribuição de panfletos fora do período estipulado: O fato foi constatado e considerado pela Subcomissão durante a avaliação. A indicação de distribuição de panfletos no mês de abril não está de acordo com o período de veiculação do briefing, inconsistência que foi considerada no Subquesito 4 e já resultou em redução da pontuação atribuída à SOUL.

Da falta de qualificação e experiência dos profissionais: A recorrente se equivoca ao afirmar que o profissional indicado pela SOUL atuará como gestor de tráfego pago; o profissional foi apresentado para atuar na organização e no acompanhamento dos fluxos de trabalho. Não há no edital exigência de formação acadêmica específica em publicidade para o exercício da função. A avaliação considera a qualificação e a experiência compatíveis com as atribuições efetivamente destinadas. A nota decorre da análise do conjunto da equipe e de sua adequação às necessidades da contratação, e não da exigência de formação ou experiência idênticas entre os integrantes.

C.IV. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA NOVA

Da incompatibilidade da peça "Post Carrossel" com os critérios de julgamento: A alegação é improcedente. As notas são individuais, não se exigindo que os três julgadores tenham a mesma percepção sobre determinada peça. A própria diferença de pontuação entre os avaliadores demonstra que a proposta não foi considerada de forma automática ou irrestritamente como plenamente adequada.

Da inconsistência entre o funil de conversão e a execução do plano de mídia digital: A recorrente parte da premissa de que a utilização de CPM ou alcance seria incompatível com ações de fundo de funil, relação que não pode ser estabelecida de forma automática. O modelo de contratação da mídia é apenas um dos elementos do planejamento e não determina, isoladamente, o objetivo de comunicação ou a etapa do funil. A avaliação considera o conjunto do planejamento, incluindo públicos, formatos, mensagens, canais e mecanismos de direcionamento. Não se verifica incompatibilidade objetiva entre a estratégia de funil e o plano de mídia. Alegação que não procede.

Quanto as supostas irregularidades na estratégia de mídia e não mídia, mister é invocar o parâmetro metodológico do item 19.4.4 do edital, que submete a Estratégia de Mídia e Não Mídia a cinco vetores de avaliação: conhecimento dos hábitos de consumo dos

segmentos de público-alvo, capacidade analítica na formulação da estratégia, pertinência e consistência das escolhas, exequibilidade do plano e economicidade na aplicação da verba. Nenhum desses vetores é aritmético.

A conferência dos valores lançados nas planilhas em face das tabelas de referência foi conduzida como etapa instrumental da avaliação, e não como critério autônomo de julgamento. O parâmetro é o fixado no item 17.2.11.4.7.1 do edital: a tabela cheia vigente na data de publicação do último Aviso de Licitação. As divergências foram examinadas pelo efeito material que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor isolado. Aquelas com repercussão material sobre os vetores do item 19.4.4 foram ponderadas na nota; aquelas sem aptidão para alterar o resultado global da programação não o foram, por incidência direta dos vetores editalícios, à luz da razoabilidade e da proporcionalidade.

Diante disso, não se constatam motivos supervenientes aptos a alterar a nota da licitante NOVA.

C.V. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA ZF

Da inconsistência na planilha de mídia e da falha na composição da mídia digital: Aplicou-se o mesmo quadro metodológico do item 19.4.4 do edital, que submete a Estratégia de Mídia e Não Mídia a cinco vetores de avaliação. Assim, as divergências de valores não foram avaliadas de forma isolada, mas quanto aos seus efeitos sobre a composição da verba, a distribuição dos investimentos, os meios e veículos selecionados e a estratégia de mídia. As divergências foram examinadas pelo efeito material que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor isolado. Aquelas com repercussão material sobre os vetores do item 19.4.4 foram ponderadas na nota; aquelas sem aptidão para alterar o resultado global da programação não o foram, por incidência direta dos vetores editalícios, à luz da razoabilidade e da proporcionalidade. Não há razões para alteração de nota já dada.

C.VI. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA GENIUS

Da inexequibilidade da peça de mídia exterior. A alegação é improcedente. A representação de elementos tridimensionais em uma peça de mídia exterior não permite concluir que a solução seja tecnicamente inexequível. A ausência de representação gráfica de hastes, cabos ou outros mecanismos de sustentação não significa que esses elementos não possam ser utilizados na produção e instalação. A Subcomissão considerou a documentação técnica apresentada pela licitante, na qual empresa especializada atesta a possibilidade de execução da solução. A alegação parte de hipótese sobre a forma de instalação, sem demonstrar que o conceito não possa ser executado.

Das alegações de inconsistência de mídia. Aplicou-se o mesmo quadro metodológico do item 19.4.4 do edital, que submete a Estratégia de Mídia e Não Mídia a cinco vetores de avaliação. As divergências foram examinadas pelo efeito material que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor isolado. Aquelas com repercussão material sobre os vetores do item 19.4.4 foram ponderadas na nota; aquelas sem aptidão para alterar o resultado global da programação não o foram, por incidência direta dos vetores editalícios, à luz da razoabilidade e da proporcionalidade. Não há razões para alteração de nota já dada.

C.VII. CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta Subcomissão Técnica conclui que as insurgências formuladas pela recorrente DMD não evidenciam desconformidade objetiva e relevante capaz de comprometer a adequação das propostas aos critérios editalícios de julgamento.

Assim, esta Subcomissão Técnica considera improcedente o recurso da licitante DMD em sua totalidade.

D) RECORRENTE: GENIUS

D.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente dirige sua insurgência, em síntese, a imputações de irregularidades a propostas de agências concorrentes, notadamente SOUL PROPAGANDA e Z3, sustentando, em relação à primeira, suposta duplicidade de peças na apresentação de jingle, inadequação do conceito "O Cashback é o Fuxico da Vez", ausência de linguagem genuinamente cuiabana e ausência de originalidade gráfica; e, em relação à segunda, inadequação geral da proposta apresentada.

Não se verifica, no recurso, impugnação específica às notas atribuídas à própria recorrente. A presente análise demonstra que as alegações configuram divergência valorativa quanto ao juízo técnico realizado, sem elemento objetivo que as sustente, e que as propostas das agências concorrentes foram avaliadas nos termos do edital.

D.II. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA SOUL PROPAGANDA

Sobre a alegada duplicidade de peças na apresentação do jingle, a Subcomissão Técnica analisou a proposta da agência SOUL de forma integral, incluindo a Estratégia de Comunicação Publicitária, a Ideia Criativa e as peças apresentadas, não tendo constatado duplicidade de peças ou apresentação de quantidade de peças corporificadas superior ao limite estabelecido no edital. A utilização do jingle como elemento sonoro integrante de uma peça audiovisual não caracteriza, por si só, a apresentação de uma segunda peça corporificada. Da mesma forma, sua indicação como peça não corporificada não configura duplicidade para fins de contabilização do limite editalício. A recorrente apresenta hipóteses sobre eventual existência de dois jingles, mas não demonstra objetivamente irregularidade na proposta da SOUL.

Quanto à alegada inadequação do conceito "O Cashback é o Fuxico da Vez", a alegação também é improcedente. Na análise da proposta da SOUL, foram consideradas a Estratégia de Comunicação, a Ideia Criativa, as peças descritas e as peças corporificadas apresentadas, tendo sido possível compreender o sentido e o tom empregados pela agência na utilização do termo "fuxico". O termo não pode ser analisado de maneira isolada, a partir de uma única acepção linguística, mas deve ser considerado no contexto integral da proposta e da forma como foi empregado nas peças. Não se identificou inadequação que justificasse a revisão das notas.

Quanto à alegada ausência de linguagem genuinamente cuiabana, a Subcomissão verificou a utilização de termos e elementos característicos da linguagem e da cultura

cuiabana, em consonância com a estratégia de comunicação e com a ideia criativa desenvolvida. A análise não se limitou à identificação isolada de uma palavra, mas considerou o conjunto da proposta, incluindo a Estratégia de Comunicação, a Ideia Criativa e as peças apresentadas. Não há fundamento técnico que justifique a revisão das notas atribuídas.

Da alegada ausência de originalidade gráfica: A utilização de recursos técnicos e soluções gráficas presentes na linguagem publicitária não caracteriza, por si só, ausência de originalidade. A avaliação deve considerar o conjunto da solução apresentada, e não um elemento visual isolado, o que foi considerado nas notas efetivamente atribuídas, pois nenhum dos três avaliadores atribuiu nota máxima ao critério.

D.III. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA Z3

A recorrente sustenta a inadequação geral da proposta da agência Z3. As alegações apresentadas caracterizam mero inconformismo com a avaliação realizada, sem fundamento técnico que justifique a revisão das notas atribuídas. Todos os aspectos apontados, incluindo o conceito criativo, o caráter institucional da campanha, a apresentação do Programa Nota Cuiabana, a mecânica do cashback, a utilização de linguagem cuiabana e os elementos culturais presentes na proposta, foram considerados na avaliação da Z3. A proposta foi analisada de acordo com os critérios do edital, e as notas foram atribuídas de forma individualizada por cada avaliador, acompanhadas das respectivas justificativas.

O simples fato de a recorrente possuir entendimento diverso acerca das soluções apresentadas não constitui fundamento para revisão da avaliação técnica. Para tanto, seria necessária a demonstração objetiva de descumprimento dos critérios editalícios, o que não ocorreu. Não havendo fundamento técnico ou editalício que justifique a reavaliação, mantêm-se as notas atribuídas à agência Z3.

D.IV. CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta Subcomissão Técnica conclui que as imputações formuladas pela recorrente GENIUS não evidenciam desconformidade objetiva e relevante capaz de comprometer a adequação das propostas aos critérios editalícios de julgamento.

Assim, esta Subcomissão Técnica rejeita integralmente as imputações formuladas **pela recorrente e opina pelo seu desprovimento.**

E) RECORRENTE: COMPANY

E.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente impugna a pontuação atribuída aos Quesitos 3 e 4, bem como a metodologia e a motivação do julgamento. Em síntese, sustenta que a desconsideração de peças e relatos que não atendiam ao marco temporal estabelecido no edital teria resultado em pontuação desproporcional, e que o julgamento careceria de fundamentação adequada e teria sido conduzido de forma padronizada.

A presente análise demonstra que o procedimento adotado observou estritamente os critérios editalícios, sem criação de penalidade ou critério estranho ao instrumento

convocatório, e que as notas atribuídas decorreram da avaliação do material efetivamente apto, de forma individualizada e devidamente fundamentada.

E. II. QUANTO AO JULGAMENTO DO QUESITO 3

O item 17.2.14.4 do edital define quais peças podem integrar o Repertório para fins de avaliação, ao determinar que as peças publicitárias deveriam ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2021. O marco temporal deste item não constitui formalidade desprovida de finalidade. Ele assegura que o Repertório demonstre capacidade técnica atual, pertinente ao objeto da contratação, comparável em período de referência comum e verificável, em conformidade com a finalidade do quesito, que é comprovar a aptidão profissional vigente da licitante para o desafio de comunicação do certame.

Portanto, peça veiculada antes dessa data não é peça válida de Repertório para os fins do edital. Não se trata de ela "valer menos" ou de juízo negativo sobre seu conteúdo; trata-se de peça que não existe juridicamente para o quesito, por não preencher a condição editalícia de admissibilidade. Das dez peças apresentadas pela recorrente, cinco não atenderam ao marco temporal: Unicred "Vai passar", Farina "O mundo mudou", Farina "Vamos superar", Rede de Hotéis "300 anos" e Ginco "Filme sentidos".

Por não preencherem a condição editalícia de admissibilidade, essas peças não puderam ser objeto de avaliação técnica. Assim, a quantidade de peças de Repertório efetivamente apresentadas em conformidade com o edital foi de cinco, e não dez, sendo essas cinco regularmente submetidas à análise individual pelos três avaliadores. O item 19.8 do edital determina que, se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação do Repertório e dos Relatos, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades apresentadas, mediante regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas.

No caso, a recorrente apresentou cinco peças válidas de Repertório das dez exigidas pelo edital, não tendo observado, portanto, a quantidade de peças válidas estabelecida. Após o julgamento por cada avaliador, foi aplicada a regra de três simples do item 19.8, a pontuação máxima do Quesito 3 (10,0) foi proporcionalizada à quantidade de peças aptas: cinco peças válidas sobre dez exigidas, o que resultou inclusive na nota máxima possível atribuída por cada um dos três avaliadores.

Não se trata, assim, de aplicação de penalidade, tampouco de criação de critério estranho ao instrumento convocatório. A nota decorreu da aplicação direta da sistemática do item 19.8, que determina a proporcionalidade.

E.III. DO QUESITO 4

O item 20.4.14.4 do edital define quais Relatos podem integrar o Quesito 4, ao determinar que deveriam ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2021. Relato implementado antes dessa data não é relato válido para os fins do edital, por não preencher a condição editalícia de admissibilidade. Assim, dos três Relatos apresentados pela recorrente, dois não atenderam ao marco temporal: Ginco "Dias melhores" e Farina "Lado a lado com você". Por não preencherem a condição editalícia, esses Relatos não estavam aptos

à avaliação técnica. Assim, a quantidade de Relatos efetivamente apresentados em conformidade com o edital foi de um, sendo esse único Relato regularmente submetido à análise pelos três avaliadores, nos termos do item 22.4.7.

O Relato remanescente foi avaliado quanto ao seu conteúdo e atendeu integralmente aos critérios do item 22.4.7, tendo recebido, no mérito, a pontuação máxima de cada avaliador.

O item 19.8 do edital determina que, se a licitante não observar as quantidades estabelecidas para apresentação dos Relatos, sua pontuação máxima será proporcional às quantidades apresentadas, mediante regra de três simples. No caso, a recorrente apresentou um Relato válido dos três exigidos. Aplicada a regra de três, a pontuação máxima do Quesito 4 (10,0) foi proporcionalizada: um Relato válido sobre três exigidos, resultando na nota global 3,33 atribuída.

Esclarece-se, portanto, que a nota global 3,33 não decorreu de avaliação negativa do Relato apto, que recebeu nota máxima no mérito, mas da proporcionalidade do item 19.8, aplicada em razão da quantidade de Relatos válidos apresentada ser inferior à exigida pelo edital. Não se trata de aplicação de penalidade, tampouco de criação de critério estranho ao instrumento convocatório, mas da aplicação direta da sistemática editalícia, em conformidade com os princípios da vinculação ao instrumento convocatório.

E.IV. DA MOTIVAÇÃO DO JULGAMENTO

As avaliações dos Repertórios e dos Relatos foram realizadas de acordo com os critérios objetivos do edital, considerando as condições específicas de cada quesito. As notas refletem a análise técnica dos materiais aptos, observando os itens 19.4.6 e 19.4.7. A ausência de pontuação em relação aos materiais que não atendiam às condições previstas não decorre de juízo subjetivo ou de avaliação negativa de seu conteúdo, mas da impossibilidade de considerá-los no julgamento. As fichas de avaliação registram as notas e as respectivas justificativas, permitindo identificar os fundamentos de cada quesito. O edital não exige justificativa exaustiva ou descrição individual de todos os aspectos examinados, sendo suficiente a indicação dos fundamentos que sustentaram a avaliação, na linha do art. 11, § 4º, IV, da Lei nº 12.232/2010 e do padrão de motivação consolidado no capítulo introdutório. As notas e justificativas dos Quesitos 3 e 4 foram realizadas considerando os materiais aptos, de acordo com os critérios do edital. Cada avaliador realizou sua própria apreciação técnica, atribuindo a nota e fundamentando seu julgamento conforme os aspectos identificados no material. Eventual semelhança entre justificativas não decorre de fundamento único ou de avaliação coletiva previamente estabelecida, mas da aplicação dos mesmos critérios editalícios aos materiais efetivamente aptos.

A metodologia consistiu na verificação do atendimento ao marco temporal e na avaliação técnica dos materiais aptos. A consequência adotada não consistiu em penalidade ou zeramento arbitrário dos quesitos, mas na pontuação proporcional ao material efetivamente apto, nos termos do item 19.8. A metodologia decorreu da aplicação conjunta dos itens 17.2.14.4 e 17.2.15.4 (marco temporal como condição de admissibilidade), dos itens 19.4.6 e 19.4.7 (critérios de avaliação) e do item 19.8 (proporcionalidade), sem criação de critério ou penalidade diversa daqueles estabelecidos no instrumento convocatório.

E.V. CONCLUSÃO

Diante do exposto, esta Subcomissão Técnica mantém as notas atribuídas, rejeitando integralmente as impugnações formuladas pela recorrente, opinando pelo improvimento do Recurso interposto pela agência COMPANY.

F) RECORRENTE: DIGITAL

F.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente formula, cumulativamente, dois pedidos principais. Em primeiro lugar, requer a revisão e a majoração das notas atribuídas à própria proposta nos quatro subquesitos do julgamento técnico, sustentando que as avaliações teriam se valido de critérios estranhos ao edital, desconsiderado conteúdo efetivamente apresentado e violado a isonomia em comparação com outras licitantes. Em segundo lugar, requer a desclassificação ou, subsidiariamente, a revisão das notas atribuídas às propostas das licitantes IMAGINE, DMD, ZF, GENIUS, SOUL e Z3, imputando-lhes vícios que, em sua leitura, não teriam sido sancionados pela Subcomissão.

Em síntese, a recorrente busca substituir o juízo técnico da Subcomissão por sua própria interpretação quanto ao grau de atendimento dos critérios editalícios, tanto em relação à sua proposta quanto em relação às concorrentes.

F.II. DA ALEGAÇÕES DAS AVALIAÇÕES DA PROPOSTA DA DIGITAL COMUNICAÇÃO

A Recorrente se insurge quanto às notas atribuídas ao Raciocínio Básico de sua proposta. Os três avaliadores reconheceram o atendimento às diretrizes do edital, mas registraram ressalvas técnicas quanto ao nível de aprofundamento das análises, o que fundamentou a fixação das notas nove, nove e nove na alínea a, nove, dez e nove na alínea b, e nove, dez e nove na alínea c. A consideração da arrecadação municipal não representou imposição de critério novo ou inovação editalícia, mas elemento indispensável à contextualização das características da contratante e do Programa Nota Cuiabana, expressamente previstos no briefing. A simples compilação de dados socioeconômicos, populacionais ou referências ao ISSQN e à SECOM não assegura a pontuação máxima, inexistindo incompatibilidade entre validar o atendimento formal do item e atribuir nota compatível com a densidade do diagnóstico apresentado. A alegação de assimetria baseada em mera comparação abstrata com notas de concorrentes não procede, impondo-se a manutenção integral das notas.

Quanto à Estratégia de Comunicação Publicitária, no tocante à alínea c, a existência de seção dedicada a leituras complementares positivas não implica, por si só, o esgotamento da matéria, tendo a Subcomissão constatado que as alternativas formuladas eram restritas, com limitado desenvolvimento da dimensão indireta e institucional do programa. Quanto à alínea d, a obtenção de nota superior por outra licitante reflete o exame meritório do conteúdo e da consistência de cada plano de forma sistêmica, não restando caracterizada violação à isonomia. No âmbito da alínea f, a aferição da exequibilidade não se resume à conformidade formal com o teto de gastos, englobando a viabilidade operacional e a estruturação lógica das ações propostas, levando em conta a estratégia perquirida e a baixa materialidade. A

atribuição de notas distintas entre os avaliadores reflete a autonomia do julgamento individual, razão pela qual se mantêm as pontuações originárias.

Quanto à Ideia Criativa, no exame da alínea a, a ponderação quanto à ausência de grande impacto criativo situa-se na análise da capacidade de materialização da estratégia nas peças publicitárias. O alinhamento conceitual e de linguagem é requisito basilar, mas não impõe a outorga da pontuação máxima. Na alínea b, a menção genérica a cashback e descontos não supre a carência de desenvolvimento de aspectos essenciais da mensagem publicitária apontada pela banca. Na alínea d, o reconhecimento formal dos formatos não impede ressalvas técnicas sobre a eficácia da distribuição nos meios, sendo a nota divergente da Avaliadora 3 manifestação legítima de sua análise qualitativa. Por fim, na alínea g, a compatibilidade com a verba não afasta a identificação de riscos operacionais decorrentes da dispersão excessiva em alto volume de peças e formatos. Não demonstrado erro material, mantêm-se as pontuações atribuídas.

Já na Estratégia de Mídia e Não Mídia a recorrente adota postura contraditória ao invocar a autonomia dos critérios quando lhe é favorável e argumentar a correlação necessária entre eles para contestar notas desfavoráveis. As alíneas a e b tratam de objetos técnicos distintos, avaliando a primeira a adequação da estratégia global e a segunda a consistência da sustentação tática. A apresentação de justificativas, funções dos veículos e fases de campanha foi regularmente considerada, mas não determinou suficiência plena para a nota máxima, sendo legítima a distribuição das notas entre os avaliadores. Na alínea c, a juntada de dados de pesquisa não assegura nota máxima quando a banca identifica limitações na aplicação prática e no aprofundamento das informações no plano de meios. Mantêm-se inalteradas as notas fixadas.

F.III. DAS ALEGAÇÕES DA DIGITAL COMUNICAÇÃO RELATIVAS ÀS PROPOSTAS CONCORRENTES

A desconstituição de avaliações técnicas em face de propostas concorrentes condiciona-se à prova inequívoca de vício objetivo, materialmente relevante e capaz de viciar o juízo comparativo global. O mero inconformismo da recorrente, respaldado em recálculos unilaterais e inferências interpretativas particulares, não consubstancia evidência material de irregularidade e não demonstra prejuízo aos preceitos do certame.

1. Das alegações atribuídas à Agência IMAGINE

No Subquesito 1, a pontuação conferida à licitante IMAGINE decorreu da apreciação técnica do nível de atendimento alcançado, não implicando a mera abordagem de determinados temas a automática redução de nota. No Subquesito 2, a definição do público-alvo revelou-se consentânea com o briefing ao abranger os cidadãos locais de forma ampla, não cabendo à concorrente impor sua visão restritiva sobre o recorte mercadológico adotado. Quanto aos Subquesitos 3 e 4, a ausência de discriminação de custos secundários específicos e o emprego de servidores em ações de não mídia não inviabilizam a proposta e foram sopesados nos limites da análise técnica, sem que se tenha constatado prejuízo à exequibilidade global que justificasse a desclassificação. Mantêm-se as pontuações.

2. Das alegações atribuídas à Agência DMD

No Subquesito 1, a alegação de superficialidade no diagnóstico reflete apenas a expectativa subjetiva da recorrente, não configurando erro de valoração técnica pela Subcomissão. Nos Subquesitos 3 e 4, a proposta da DMD contém o descritivo e a estrutura de custos das peças publicitárias, viabilizando o exame analítico de sua composição. O quantitativo de itens propostos não autoriza a presunção de inexequibilidade, e a divergência em relação a parâmetros de outros concorrentes não basta para comprovar incompatibilidade com os padrões mercadológicos. A impugnação baseia-se em suposições genéricas sem demonstração fática de inviabilidade, impondo-se a manutenção das notas.

3. Das alegações atribuídas à Agência ZF

Nos Subquesitos 3 e 4, o formato de vídeo curto apresentado na Ideia Criativa encontra-se devidamente inserido na Estratégia de Mídia e Não Mídia nas plataformas Instagram e Facebook, com estimativa de produção constante da planilha orçamentária. A não utilização do termo específico em língua estrangeira constitui mero apego formal, uma vez que a peça integra a sistemática da campanha. Quanto à execução tática, eventuais oscilações residuais entre valores unitários foram valoradas sob o prisma da razoabilidade e do impacto sobre o plano geral. Mantêm-se as notas anteriormente atribuídas.

4. Das alegações atribuídas à Agência GENIUS

No Subquesito 1, a proposta da licitante GENIUS já foi objeto de dosimetria pela Subcomissão obtendo apenas uma pontuação máxima, o que evidencia que as fragilidades apontadas não foram ignoradas pelos avaliadores. No Subquesito 2, o conceito da campanha foi devidamente estruturado e fundamentado com base em linguagem acessível e popular, sendo irrelevante a alegação de que as justificativas poderiam ter sido mais extensas. No Subquesito 4, a ação promocional com personagens foi contextualizada de forma articulada com a produção de conteúdos, restando as demais peculiaridades devidamente sopesadas na nota final, que se mantém inalterada.

5. Das alegações atribuídas à Agência SOUL

No Subquesito 2, a valoração do conceito considerou a organicidade da estratégia e a pertinência das peças em seu conjunto, revelando-se imprópria a descontextualização de termos específicos da linguagem criativa para alegar inadequação ao tema. Nos Subquesitos 3 e 4, a divergência de apenas dois segundos na duração da peça audiovisual configura preciosismo formal destituído de relevância material. As variações pontuais verificadas nos custos foram devidamente examinadas segundo o impacto global na execução da verba. Mantêm-se as notas anteriormente atribuídas.

6. Das alegações atribuídas à Agência Z3

No Subquesito 2, a identificação de limitações argumentativas por dois dos três avaliadores foi expressamente traduzida na redução das pontuações atribuídas, enquanto o terceiro membro exerceu sua autonomia técnica ao pontuar de forma distinta. No Subquesito 4, variações secundárias em relação a tabelas do mercado foram apreciadas à luz da consistência global do plano tático, inexistindo reflexo material apto a justificar a alteração das notas. Mantêm-se as pontuações atribuídas.

F.IV. CONCLUSÃO

Diante de todo o exposto, a Subcomissão Especial de Licitação conclui que a licitante DIGITAL COMUNICAÇÃO não logrou demonstrar a existência de vícios materiais, erros objetivos ou ilegalidades capazes de justificar a revisão das notas homologadas ou de comprometer a higidez do certame. As razões recursais referentes às próprias notas fundam-se em inconformismo subjetivo quanto ao nível de aprofundamento reconhecido pelos avaliadores, sem infirmar a fundamentação exarada. Da mesma forma, as contestações dirigidas às propostas concorrentes baseiam-se em interpretações unilaterais e conjecturas desprovidas de prova concreta de dano ou inviabilidade técnica. Mantém-se, portanto, integralmente o resultado do julgamento das propostas técnicas, opinando-se pelo improvimento do recurso interposto.

G) RECORRENTE: SOUL

G.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente formula insurgência em dois eixos principais: de um lado, imputações de supostos erros graves no planejamento de mídia e na execução técnica direcionadas às agências concorrentes IMAGINE, GENIUS, NOVA e DMD, com pedidos de atribuição de nota zero ou de desclassificação das respectivas propostas; de outro lado, impugnação das notas conferidas à sua própria proposta técnica em diversos subquesitos, pugnando pela correspondente majoração de sua pontuação.

G.II. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA IMAGINE

Das alegações de inconsistência de mídia. Aplicou-se o mesmo quadro metodológico do item 19.4.4 do edital, que submete a Estratégia de Mídia e Não Mídia a cinco vetores de avaliação. As divergências foram examinadas pelo efeito material que produzem sobre a estratégia, e não pelo valor isolado. Aquelas com repercussão material sobre os vetores do item 19.4.4 foram ponderadas na nota; aquelas sem aptidão para alterar o resultado global da programação não o foram, por incidência direta dos vetores editalícios, à luz da razoabilidade e da proporcionalidade. Não há razões para alteração de nota já dada.

A recorrente alega a ocorrência de divergência nos valores cotados para as emissoras de rádio Vila Real 98,3 FM e Gazeta 99,9 FM na proposta da agência IMAGINE o que ensejaria em nota zero ou desclassificação. A imputação não se confirma. Os valores unitários empregados pela licitante mostraram-se compatíveis com o parâmetro editalício, não se constatando desvio de referência apto a desconstituir a higidez da planilha. Ademais, eventual diferença somente ensejaria modificação na nota técnica se gerasse impacto substancial e desvirtuamento sobre os vetores qualitativos do item 19.4.4, circunstância inocorrente na espécie.

A ausência de discriminação individualizada de determinados veículos de mídia exterior (Out of Home) foi tempestivamente identificada pela própria Subcomissão durante a sessão de análise técnica. Constatou-se que o apontamento possui caráter eminentemente formal e não comprometeu a aferição substantiva dos vetores do item 19.4.4. O nível de

informação disponibilizado na proposta permitiu a conferência dos custos globais e a verificação de sua compatibilidade com o parâmetro referencial do edital, assegurando a compreensão do plano de veiculação.

A recorrente sustenta que a ação de não mídia delineada pela IMAGINE exigiria custos adicionais de contratação de mão de obra promocional, o que supostamente elevaria os custos globais e culminaria na extrapolação da verba referencial fixada no edital. O apontamento revela-se improcedente. A descrição metodológica apresentada pela IMAGINE assenta expressamente a operacionalização da ação por meio de agentes públicos e servidores do próprio Município, sem a previsão de contratação externa de promotores ou de terceirização de equipe. Não compete à Subcomissão Julgadora nem à licitante concorrente agregar artificialmente custos de pessoal não previstos na concepção original da proponente a pretexto de estimativas unilaterais da concorrente. A simples indicação de quantitativo de pessoas para a condução da ação institucional não tipifica despesa adicional de produção.

G.III. DAS IMPUTAÇÕES ÀS AGÊNCIAS GENIUS, NOVA E DMD QUANTO À MÍDIA

As alegações articuladas contra as agências GENIUS, NOVA e DMD sob a alegação de falhas e inconsistências de mídia revelam-se improcedentes. A Estratégia de Mídia e Não Mídia foi devidamente examinada com esteio nos cinco vetores qualitativos do item 19.4.4 do edital, nenhum deles dotado de caráter aritmético isolado. A conferência dos valores unitários foi executada como etapa instrumental e as oscilações pontuais observadas em face das tabelas foram ponderadas de acordo com o impacto efetivo que poderiam acarretar sobre a solidez da estratégia global. Aquelas divergências desprovidas de força para alterar o alcance, a frequência e a lógica de alocação da verba simulada foram consideradas irrelevantes no contexto da avaliação qualitativa. O juízo firmado pela Subcomissão decorreu da aplicação regular das regras do instrumento convocatório, balizada pela razoabilidade e pela proporcionalidade. Nas propostas técnicas das agências GENIUS, NOVA e DMD, não se vislumbra repercussão material capaz de desestruturar os planos ou viciar o julgamento, mantendo-se incólumes as pontuações concedidas.

G.IV. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA GENIUS

Da consistência estratégica: A insurgência não prospera. A abrangência territorial associada ao emprego de meios de comunicação de massa de amplo alcance, como a radiodifusão, decorre da natureza física da propagação eletromagnética do meio, não podendo ser hermeticamente restringida ou limitada pela estratégia de mídia da agência proponente. A expansão do sinal para municípios circunvizinhos a Cuiabá reflete as características intrínsecas das emissoras selecionadas, não denotando falha técnica ou deficiência do plano. Outrossim, a sutil diferenciação na delimitação de público entre a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Estratégia de Mídia e Não Mídia foi sopesada pela Subcomissão no exame conjunto do projeto, não tendo gerado ruptura lógica na estratégia. A pretensão da recorrente de impor sua leitura particular para redefinir as notas técnicas esbarra na prerrogativa de valoração atribuída ao órgão colegiado julgador.

Do prejuízo à exequibilidade: A alegação é improcedente. A estrutura de custos apresentada para a ação de não mídia da agência GENIUS foi integralmente verificada e

confrontada com as normas editalícias, tendo sido devidamente ponderada no julgamento da exequibilidade da Ideia Criativa, o que já ensejou a perda de pontuação no subquesito correlato (Subquesito 3). A gradação das notas constitui ato técnico e individual de cada avaliador, que mensura o nível de suficiência das informações prestadas para respaldar a execução física das ações. A avaliação não decorre de mecanismo tarifado ou algoritmo matemático que vincule quantitativos de peças a percentuais fixos de desconto. A prerrogativa técnica de atribuição de nota repousa na convicção motivada dos julgadores, sendo incabível a revisão do juízo técnico por mera discordância de concorrente.

G.V. DAS IMPUTAÇÕES À AGÊNCIA NOVA

Do descumprimento do objetivo do Briefing: A arguição revela-se improcedente. A aferição da pertinência e da aderência da solução criativa aos desafios institucionais e às metas fixadas no Briefing foi processada de maneira individual por cada membro da Subcomissão, considerando a integralidade do conjunto das peças apresentadas e os parâmetros do edital. A ilação recursal de que a licitante NOVA teria negligenciado ou abordado superficialmente a mecânica do cashback reflete unicamente a interpretação subjetiva da recorrente, carecendo de demonstração de afronta aos critérios de avaliação. A assertiva de que o projeto da SOUL teria cumprido o objetivo de forma qualitativamente superior reflete inconformismo com a classificação obtida, o que não autoriza a majoração da própria nota ou o rebaixamento da concorrente.

Do desalinhamento da campanha com a estratégia: A impugnação deve ser rejeitada. A análise de alinhamento resultou do exame sistemático entre a fundamentação estratégica e a concepção criativa desenvolvida pela licitante NOVA. A premissa sustentada pela recorrente no sentido de que a ausência de detalhamento procedimental do cashback em peças isoladas implicaria automático desalinhamento não encontra suporte na hermenêutica do subquesito 3.a. O conceito e o tom da campanha mantiveram coesão sistêmica. O pleito cumulativo de redução da nota atribuída à agência NOVA e elevação da pontuação da própria SOUL para o patamar máximo assenta-se em mera comparação de mérito criativo, pretensão inadmissível no âmbito recursal.

Nesse passo, a pretensão recursal de reavaliação da nota subquesito atribuída no subquesito 1.b não subsiste, eis que se considerou o grau de acuidade, relevância e profundidade com que cada licitante mapeou o contexto e as necessidades de comunicação constantes do Briefing. A eventual existência de similaridade temática ou estrutural entre diagnósticos apresentados por concorrentes não induz à equiparação automática de notas.

O princípio da isonomia determina a submissão de todas as licitantes aos mesmos critérios abstratos de julgamento, mas não impõe paridade numérica forçada a propostas que revelam níveis qualitativos distintos de articulação textual. A tentativa de nivelar a pontuação da SOUL à da agência NOVA lastreia-se em cotejo unilateral desprovido de base técnica.

Da compreensão dos desafios da comunicação (subquesito 1.c) A alegação é improcedente. A Subcomissão avaliou a consistência e a clareza analítica das licitantes na interpretação dos desafios e metas comunicacionais. A simples extensão quantitativa da listagem de desafios formulada na proposta técnica não traduz, por si só, excelência qualitativa apta a exigir nota máxima. A existência de relação mais longa de itens no plano

da SOUL não confere direito subjetivo a julgamento idêntico ao dispensado à agência NOVA. As distinções de nota decorrem do conteúdo material de cada proposta técnica, inexistindo respaldo normativo para a padronização forçada das pontuações.

G.VI. DA MAJORAÇÃO DAS NOTAS DA PRÓPRIA RECORRENTE

As notas lançadas nas planilhas refletem a percepção técnica individual e autônoma de cada avaliador quanto à consistência da defesa do conceito e do partido temático formulados pela SOUL. A manifestação de apontamentos sob óticas diversas não caracteriza incoerência ou vício de motivação. O fato de um avaliador indicar prolixidade em determinado ponto e outro julgador assinalar a necessidade de maior aprofundamento analítico demonstra a independência do juízo avaliatório, não autorizando a conclusão de que a proposta teria atingido um ponto de equilíbrio perfeito a ensejar nota máxima.

Os avaliadores consignaram de forma clara e motivada que a proposta da SOUL priorizou excessivamente a exposição do benefício direto do programa em detrimento do detalhamento dos benefícios coletivos e indiretos decorrentes da arrecadação pública. A identificação dessa limitação conceitual enquadra-se no escopo de avaliação do subquesito 2.c, que examina a amplitude e a eficácia das interpretações positivas geradas pelo conceito. O fundamento adotado pela banca guarda estrita pertinência com o critério editalício, não cabendo à licitante exigir a desconsideração da ressalva para postular a pontuação máxima.

Ademais, quanto ao subquesito 2.f, a análise técnica da Subcomissão alcançou a demonstração da operabilidade concreta dos dispositivos concebidos na proposta. Muito embora a viabilidade global tenha sido reconhecida, os avaliadores apontaram fragilidades na modelagem executiva de certas peças. A título de exemplo, o mecanismo do contador de cashback foi estruturado sob formato de ideia preliminar, sem o detalhamento de seu fluxo de atualização em tempo real, gerando potencial percepção de benefício genérico ou coletivo quando a mecânica do programa exige estrita vinculação individual ao cidadão que solicita o documento fiscal. A mera apresentação da Planilha F não supre as lacunas quanto à operabilidade e à clareza funcional das ações propostas, razão pela qual se mantém hígido o desconto aplicado. Não há motivos para alterações nas notas.

G.VII. CONCLUSÃO

Diante de todo o exposto, esta Subcomissão Técnica conclui que as razões recursais da licitante SOUL não prosperam, opinando pelo desprovimento do recurso administrativo interposto.

H) RECORRENTE: RENCA

H.I. SÍNTESE DO RECURSO

A recorrente formula, cumulativamente: (i) pedido de nulidade do certame, fundado no acesso ao conteúdo das mídias eletrônicas na primeira sessão pública; (ii) alegação de ausência de motivação do julgamento; (iii) alegação de que o critério do item 19.4.3, alínea "c", não teve espaço próprio de pontuação no formulário de avaliação; (iv) inconformismo com as notas atribuídas nos quatro subquesitos; (v) alegação de quebra de isonomia; e (vi)

imputação de desconformidades a propostas das licitantes NOVA, GENIUS, IMAGINE, ZF, DMD, SOUL, Z3 e DIGITAL, além de questionamento à denominação "Nova Nota Cuiabana" utilizada pela ART&C.

Em síntese, a recorrente sustenta que o julgamento teria sido conduzido sem fundamentação suficiente e com tratamento desigual, e que propostas concorrentes conteriam vícios objetivos não sancionados pela Subcomissão, buscando a revisão integral do resultado, seja pela via da nulidade, seja pela reavaliação das notas. A presente análise enfrenta os argumentos que competem à Subcomissão Técnica. O argumento relacionado ao acesso das mídias compete à Comissão Especial de Licitação.

H.II. DA PRELIMINAR DE NULIDADE DO CERTAME

A recorrente sustenta a nulidade da sessão pública em que se procedeu à verificação do conteúdo das mídias eletrônicas apresentadas pelas licitantes.

Trata-se, contudo, de alegação que versa sobre fatos ocorridos durante a primeira sessão pública do certame, cuja condução, registro e regularidade situam-se no âmbito de competência da Comissão Especial de Licitação, e não desta Subcomissão Técnica.

A Subcomissão Técnica tem atribuição delimitada ao julgamento das propostas técnicas, nos termos do edital e da legislação aplicável, não detendo competência para apreciar a validade de atos procedimentais praticados na sessão pública inaugural.

H.III. DA ALEGADA AUSÊNCIA DE MOTIVAÇÃO

A recorrente sustenta que o julgamento seria imotivado e que as fichas de avaliação não conteriam fundamentação suficiente. A alegação não procede.

A motivação do julgamento é sintética, porém congruente e verificável. O art. 11, § 4º, inciso IV, da Lei nº 12.232/2010 exige que a razão da pontuação seja manifestada em cada caso, e não que se produza justificativa analítica exaustiva de cada critério ou de cada peça. As fichas de avaliação individualizaram as razões de decidir, permitindo reconstruir o percurso lógico do julgamento.

A jurisprudência do controle distingue a análise individualizada da proposta da justificativa individual e autônoma de cada membro da Subcomissão. Como consignou o TCU no Acórdão nº 742/2023 – Plenário, *"a Lei em comento não prevê em qualquer de seus dispositivos que cada membro da Subcomissão Técnica deva atribuir pontuações ou justificativas individuais, pessoais, para os quesitos sob avaliação. Quem avalia as propostas das licitantes é a subcomissão, enquanto órgão de julgamento, e não cada membro individualmente*". A justificativa consolidada do órgão colegiado, desde que clara, congruente e específica, é admissível e foi observada.

H.IV. DO CRITÉRIO DO ITEM 19.4.3, ALÍNEA "C"

A recorrente sustenta que o formulário de avaliação não previu um campo próprio para pontuar o critério do item 19.4.3, alínea "c", do edital, o que, em sua visão, geraria a nulidade do julgamento.

O fato, no entanto, não enseja a nulidade do julgamento. A ausência de campo próprio para esse critério incidiu de forma uniforme sobre todas as licitantes, sem qualquer aproveitamento seletivo ou prejuízo a esta ou àquela proposta. Não houve, portanto, violação à isonomia, pois o item não foi pontuado de forma autônoma para nenhuma das licitantes.

Registra-se, sobretudo, que o conteúdo do critério não deixou de ser apreciado. A matéria do item 19.4.3, alínea "c", foi examinada no julgamento do Subquesito 3, por meio da análise da pertinência da solução criativa (alínea "b"), da compatibilidade das peças com os meios (alínea "d") e da clareza e precisão das mensagens (alínea "f") para todas as licitantes. Não há, portanto, prejuízo, eis que houve apreciação em conjunto com os demais elementos do subquesito.

A tese da recorrente, se acolhida, conduziria à anulação por uma questão que não teve qualquer demonstração de prejuízo. A anulação de atos administrativos é medida excepcional, que pressupõe prejuízo efetivo ao certame, às licitantes ou ao interesse público, o que não houve no caso.

H.V. DAS ALEGAÇÕES SOBRE AS NOTAS ATRIBUÍDAS A PROPOSTA DA AGÊNCIA RENCA

A Recorrente requer revisão de suas próprias notas.

No que se refere ao Subquesito 1 - Raciocínio Básico, verificou-se que a proposta técnica da licitante RENCA demonstrou compreensão geral acerca da importância da arrecadação tributária municipal e dos desafios de conformidade fiscal da gestão pública.

Todavia, a Subcomissão entende que a fundamentação concentrou-se excessivamente em aspectos macroeconômicos e teóricos genéricos, deixando de aprofundar as características funcionais, operacionais e comportamentais específicas do Programa Nota Cuiabana e do mecanismo de cashback, que constituíam o cerne do briefing técnico. A pontuação atribuída, portanto, refletiu a carência de diagnósticos práticos direcionados à realidade do município e à conversão do cidadão comum em agente fiscalizador ativo por meio da mecânica de devolução financeira.

Já no Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária, a subcomissão detectou a predominância quase exclusiva da comunicação do benefício financeiro imediato como eixo central da estratégia, com desenvolvimento analítico limitado quanto à forma de apresentação da mecânica operacional do cashback e seus desdobramentos práticos na rotina do contribuinte. A sustentação conceitual estruturou-se na associação mecânica e direta entre a exigência da nota fiscal de serviço e o recebimento de valor monetário, apresentando reduzido potencial para gerar leituras complementares positivas em torno da cidadania fiscal, da modernização administrativa ou da melhoria dos serviços públicos municipais decorrente da arrecadação.

Na Ideia Criativa, Subquesito 3, a abordagem criativa das peças revelou-se predominantemente uniforme entre os distintos segmentos de público-alvo, com reduzida diferenciação de linguagem, tom de voz e apelos comunicacionais para engajar perfis heterogêneos de consumidores e prestadores de serviço. Conforme fundamentado pela Avaliadora 3, a clareza da mensagem não se esgota na compreensão imediata de um slogan

simplificado, mas reside na capacidade do conjunto de peças comunicar integralmente os elementos estratégicos, conceituais e operacionais da campanha. A reduzida variação conceitual entre os desdobramentos gerou fragilidade na compatibilidade com os meios selecionados, prejudicando a adaptação do conceito a formatos mais dinâmicos ou de rápida absorção.

No subquesito 4- análise da estratégia de mídia e não mídia - observou-se se havia compatibilidade da programação com os parâmetros editalícios. No caso da proposta da RENCA, foram identificadas divergências na aplicação dos valores de mídia, de modo que a estratégia demonstrou impacto prejudicial concreto sobre a consistência da programação, o equilíbrio das faixas horárias, a cobertura de meios e a economicidade do plano tático. A subcomissão entendeu que a estratégia adotada pela RENCA acabou por distorcer e afetar substancialmente a exequibilidade do plano, em contraste com as oscilações residuais e de baixa materialidade identificadas em outras propostas. Tal situação refletiu na nota atribuída. Portanto, não se vislumbra qualquer alegação da recorrente que justifique majoração de nota anteriormente atribuída.

H.VI. DA INEXISTÊNCIA DE VIOLAÇÃO À ISONOMIA

Todas as propostas foram submetidas aos critérios editalícios e apreciadas individualmente pelos três avaliadores. As diferenças de notas decorrem das singularidades, acertos e inconsistências de cada proposta, e não de tratamento assimétrico ou privilegiado. O edital não exige fundamentação extensa ou relatórios exaustivos para cada nota, e a isonomia não impõe padronização matemática de notas, mas igualdade de valoração sob a mesma métrica editalícia.

A recorrente não demonstrou, com elementos técnicos objetivos, que propostas equivalentes receberam tratamento diferenciado, limitando-se a juízos opinativos incapazes de desconstituir o julgamento do colegiado.

H.VII. DAS ALEGAÇÕES RELATIVAS ÀS PROPOSTAS CONCORRENTES

A análise das impugnações exige a demonstração de vício objetivo, materialmente relevante e apto a comprometer o juízo comparativo. Recálculos unilaterais e leituras interpretativas alternativas da recorrente não constituem prova material de invalidade das propostas adversárias, nem demonstram prejuízo substancial aos critérios editalícios, conforme se delineia a seguir.

1. Alegações atribuídas à AGÊNCIA NOVA

A Subcomissão entendeu que a utilização de dados de outras praças não implicou desconsideração da realidade local, tendo a Subcomissão valorado o conjunto das informações e a pertinência das inferências aplicadas à estratégia. As variações apontadas nas planilhas eram pontuais e de repercussão orçamentária reduzida, situação materialmente distinta da discrepância constatada na proposta da RENCA. A ausência da marca no reel e o uso da denominação textual Nota Cuiabana já foram ponderados nas notas do Subquesito 3.

2. Alegações atribuídas à AGÊNCIA IMAGINE

A inserção no Programa do Pop integrou a composição global do plano de mídia, não determinando audiência e custo por mil, isoladamente, a eficiência da escolha, inexistindo erro de cálculo. Não foi demonstrada hipótese obrigatória de custo logístico extraordinário com impacto na exequibilidade. O uso de *mockups* decorre de expressa autorização em questionamento sobre o edital republicado, e a ausência do selo gráfico em peça de não mídia foi ponderada no Subquesito 3, preservada a eficácia da mensagem pela menção à Nota Cuiabana com cashback.

3. Alegações atribuídas à AGÊNCIA DMD

A avaliação das fontes de pesquisa ateve-se aos dados efetivamente apresentados, inexistindo obrigatoriedade de instituto ou recorte temporal específico; dados locais mais recentes da RENCA não implicam decréscimo automático da nota da concorrente. A recorrente citou incorretamente o item 17.2.11.3.7, sendo aplicável o 17.2.11.3.8, que autoriza fotos e imagens estáticas e veda movimentos contínuos. A ocorrência foi identificada e penalizada no Subquesito 3, assim como a falta de qualificação expressa como nota fiscal de serviço. A ausência do brasão no site não viola regra de identificação, por se tratar de ambiente exclusivo do serviço.

4. Alegações atribuídas à AGÊNCIA ZF

O emprego de dados de 2023 e 2024 é tecnicamente idôneo, e a dispersão das notas dez, dez e nove reflete a independência dos avaliadores, sem contradição. Aplicam-se os mesmos entendimentos sobre custos logísticos. A inserção na Revista RDM está dentro do período da campanha, o trecho cantado não desnatura o spot, a omissão da menção ao serviço foi apenada no Subquesito 3, e as planilhas respeitaram o orçamento.

5. Alegações atribuídas à AGÊNCIA GENIUS

A avaliação dos hábitos de consumo baseou-se na coerência global da estratégia, não se condicionando à exibição de fichas metodológicas em cada gráfico. As variações tarifárias não geraram reflexos materiais sobre o orçamento, cenário distinto da discrepância da RENCA. Os setores citados no briefing têm caráter exemplificativo, sendo pertinente a menção a lavanderias por se tratar de atividade geradora do imposto sobre serviços.

6. Alegações atribuídas à AGÊNCIA Z3

A recorrente invocou erroneamente o item 17.2.11.3.7 em vez do 17.2.11.3.8. As transições dinâmicas no *animatic* foram identificadas e penalizadas no Subquesito 3, assim como a ausência de destaque da Nota Cuiabana como nota fiscal de prestação de serviços, restando justificado o julgamento.

7. Alegações atribuídas à AGÊNCIA DIGITAL COMUNICAÇÃO

A ausência de detalhamento quanto à natureza da nota fiscal de serviço foi identificada e computada como fragilidade no Subquesito 3, com a correspondente perda de pontos. A recorrente não trouxe elemento técnico apto a evidenciar erro na dosimetria, impondo-se a manutenção das notas.

8. Alegações atribuídas à AGÊNCIA ART & C

A utilização recorrente da expressão Nova Nota Cuiabana foi considerada inadequada por sugerir a substituição do programa em vigor, quando o briefing previa o cashback como nova funcionalidade agregada a política já consolidada. O desvio de foco foi sopesado no julgamento e resultou em redução de pontuação no subquesito pertinente.

H.VIII. CONCLUSÃO

Diante do exposto, a licitante RENCA não demonstrou desconformidades objetivas capazes de alterar o resultado do julgamento, tampouco prejuízo à lisura do certame. Mantém-se, portanto, integralmente o resultado do julgamento, preservando-se a segurança jurídica e a regularidade do certame, opinando-se pela improcedência do recurso interposto.

2. CONCLUSÃO FINAL DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Realizada a análise pormenorizada dos recursos administrativos interpostos e das contrarrazões apresentadas, no que se refere aos aspectos técnicos submetidos à apreciação desta Subcomissão Técnica, as alegações formuladas pelas recorrentes não se confirmaram, não havendo desconformidade objetiva e relevante capaz de alterar o julgamento técnico realizado.

Assim, exauridas as suas funções neste momento, encaminham-se os autos à Comissão Especial de Licitação, para que dê prosseguimento às providências necessárias.

Cuiabá, 22 de setembro de 2026.

gov.br
Documento assinado digitalmente
WILMAR LUCAS NETO
Data: 22/09/2026 18:56:46-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

WILMAR LUCAS NETO

gov.br
Documento assinado digitalmente
LUCIENE LINS DA SILVA
Data: 22/09/2026 19:09:32-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

LUCIENE LINS DA SILVA

gov.br
Documento assinado digitalmente
DIOGO PERES NETO
Data: 22/09/2026 19:29:12-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

DIOGO PERES NETO