À PRESIDÊNCIA DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ – SECRETARIA MUNICIPAL DE COMUNICAÇÃO – SECOM/PMC

Ref.: Contrarrazões ao Recurso Administrativo interposto pela licitante RENCA COMUNICAÇÃO LTDA. em face do julgamento das Propostas Técnicas – **Concorrência Pública nº 09/2025/PMC** – Processo Administrativo nº 096040/2025.

A empresa **ZIAD A FARES PUBLICIDADE (ZF COMUNICAÇÃO)**, inscrita no CNPJ sob o nº 04.870.907/0001-62, com sede na Rua Presidente Castelo Branco, nº 571, Bairro Quilombo, CEP 78.043-430, Cuiabá/MT, neste ato representada por seu representante legal, tendo sido intimada da interposição de recurso administrativo pela licitante **RENCA COMUNICAÇÃO LTDA.** (CNPJ nº 24.122.372/0001-59), vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no item **22.4 do Edital**, no **art. 11, § 4º, inciso VIII, da Lei nº 12.232/2010** e no **art. 165, § 4º, da Lei nº 14.133/2021**, tempestivamente, apresentar as presentes **CONTRARRAZÕES**, deduzindo, preliminarmente, o não conhecimento parcial do recurso por preclusão consumativa e, no mérito, o improvimento integral, com pedido cumulativo de exame de ofício dos vícios objetivos que contaminam a própria proposta da recorrente, pelas razões de fato e de direito a seguir expostas.

I. DA TEMPESTIVIDADE E DO CABIMENTO

O item **22.4 do Edital** confere aos demais licitantes o prazo de **03 (três) dias úteis** para a apresentação de contrarrazões, em consonância com o **art. 165, § 4º, da Lei nº 14.133/2021**. Observado o marco inicial, apresenta-se a presente manifestação dentro do prazo legal, subscrita por procurador com poderes bastantes.

II. PRELIMINARMENTE — DO NÃO CONHECIMENTO DO RECURSO NA PARTE RELATIVA À NULIDADE DO CERTAME, POR PRECLUSÃO CONSUMATIVA

Antes do enfrentamento do mérito, impõe-se o exame de matéria preliminar de ordem pública que fulmina o capítulo mais grave do recurso — o pedido de **anulação integral da Concorrência Pública**, sob a alegação de vícios ocorridos na primeira sessão pública, realizada em **18 de maio de 2026**. O tema está preclusão consumativa por dois fundamentos autônomos e cumulativos: **(i)** descumprimento da regra editalícia específica que rege a primeira sessão (item 16.7.10); e **(ii)** descumprimento do dever legal de manifestação imediata da intenção de recorrer, previsto no art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021.

II.1. Da moldura editalícia da primeira sessão pública — item 16.7.10 do Edital

O Edital, ao regulamentar o procedimento da primeira sessão pública, estabelece regra expressa e inequívoca sobre o momento em que os licitantes devem exteriorizar sua eventual insurgência quanto aos atos praticados naquela oportunidade:

> *16.7.10 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Especial de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 16.7.11 e seguintes. Caso contrário, se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Especial de Licitação, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 6.10 abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.*

A regra é de clareza cirúrgica: a insurgência contra atos da primeira sessão exige **manifestação expressa naquele momento**, sob pena de aceitação tácita das decisões tomadas e prosseguimento do certame nos termos do item 16.7.11 e seguintes. O Edital criou aqui um **marco procedimental preclusivo específico**, destinado a preservar a segurança jurídica do procedimento e a lealdade concorrencial entre os licitantes — regra a que a ora recorrente aderiu ao

apresentar sua proposta e cuja imperatividade a vincula por força do princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

II.2. Do procedimento efetivamente adotado e do silêncio qualificado da recorrente — o que consta da ata da primeira sessão pública

A ata da primeira sessão pública, lavrada em 18 de maio de 2026 e subscrita por todos os presentes, documenta com precisão cada ato praticado. A RENCA COMUNICAÇÃO LTDA. figura como **Licitante nº 1**, tendo comparecido, credenciada e representada pela Sra. Iolanda Costa Rezende de Barros, participando integralmente da sessão do seu início ao seu encerramento.

Ao iniciar a etapa material da sessão, a Presidência da Comissão constatou avarias nas caixas do Invólucro nº 1 e propôs a retirada e troca de conteúdo. A ata consigna, quanto a este primeiro ato:

> *APÓS O CREDENCIAMENTO E O RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS DE TODAS AS EMPRESAS PRESENTES, O PRESIDENTE COMUNICOU QUE FORA CONSTATADA A EXISTÊNCIA DE CAIXAS AMASSADAS (INVÓLUCRO 1) E PROPÔS A RETIRADA E TROCA DO CONTEÚDO DO INVÓLUCRO 1 ENTRE OS ENVELOPES, com toda a cautela, não tendo havido OBJEÇÃO DOS PRESENTES, COM A RESSALVA, CONTUDO, QUANTO AO CUIDADO NO MANUSEIO DOS PEN-DRIVES nela inseridos, o que foi prontamente atendido e realizado.*

A ata prossegue registrando o sorteio e a formação da **Comissão de Licitantes** prevista no item 16.2 do Edital, integrada pelas licitantes **DIGITAL COMUNICAÇÃO LTDA., LUIZ GONZAGA RODRIGUES JUNIOR (GENIUS) e DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA.**. A operação de troca ocorreu na presença desta Comissão de Licitantes, com fiscalização plural, e a ata é peremptória:

> *A TROCA DOS ENVELOPES OCORREU E NÃO HOUVE OBJEÇÃO DOS PRESENTES QUANTO AO PROCEDIMENTO REALIZADO, tendo sido preservado todo o conteúdo neles constantes.*

Ato contínuo, na etapa de conferência e vistoria do conteúdo do Invólucro nº 1, a representante da DMD **sugeriu que a Comissão de Licitantes atuasse em conjunto com a Comissão Especial na vistoria —** sugestão acatada sem oposição de qualquer licitante, inclusive da RENCA. A ata é expressa:

> *A representante da empresa DMD ASSOCIADOS ASSESSORIA E PROPAGANDA LTDA sugeriu que a Comissão sorteada já permanecesse junto à Comissão da Licitação para vistarem, em conjunto, o conteúdo dos invólucros.*

O procedimento de abertura dos pen-drives foi, então, **expressamente motivado com fundamento no item 16.7.2, alínea "b", do Edital**, consoante ata:

> *O Senhor Presidente ressaltou que na alínea "b" do item 16.7.2. do Edital da Licitação, consta a previsão de que o invólucro nº 1 só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do invólucro nº 2 e que, portanto, o PEN-DRIVE, um dos conteúdos inseridos no envelope nº 1, seria aberto na presente sessão, para verificação se no mesmo não contém elementos de identificação do licitante.*

O resultado da verificação também está documentado:

> *Após a verificação de todos invólucros nº 1, o Senhor Presidente informou que os invólucros que continham pen-drive em seu interior foram verificados e não foi constatado qualquer elemento de identificação de licitante.*

Ao final da sessão, cumprindo o rito do art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021 e do item 16.7.10 do Edital, a Presidência **expressamente instou os representantes a manifestarem intenção de recorrer —** e a ata consigna, com todas as letras, o silêncio de todos, inclusive da RENCA:

> *O Senhor Presidente questionou aos representantes se havia alguma manifestação de interesse de recurso, não havendo manifestação dos representantes presentes.*

Ou seja: **a RENCA foi diretamente indagada, no momento procedimental próprio, se pretendia recorrer contra os atos praticados na primeira sessão. Silenciou.** A ata foi lida, submetida à conferência dos presentes e por eles subscrita — inclusive pela representante da RENCA, cuja assinatura consta do documento oficial ao final.

II.3. Da preclusão consumativa — a fundamentação editalícia e legal do não conhecimento

Duas ordens de fundamento independentes conduzem, cada uma delas, ao não conhecimento parcial do recurso.

Primeira: **o item 16.7.10 do Edital**, ao vincular à sessão o momento oportuno de insurgência contra os atos ali praticados, criou hipótese específica de **preclusão pela aceitação tácita**. A licitante que participa da sessão, assiste ao ato, é indagada sobre a intenção de recorrer e nada manifesta **adere** — para todos os fins jurídicos — ao procedimento realizado. A tentativa de suscitar a nulidade dois meses depois, já sabendo da colocação obtida, é frontalmente vedada por esse dispositivo, cujo cumprimento é matéria de vinculação ao instrumento convocatório (art. 5º da Lei nº 14.133/2021).

Segunda: **o art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021** é peremptório:

> *Art. 165, § 1º Quanto ao recurso apresentado em virtude do disposto nas alíneas "b" e "c" do inciso I do caput deste artigo, serão observadas as seguintes disposições: I - a intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente, sob pena de preclusão [...].*

A norma foi cumprida à risca pela Presidência da Comissão, que consultou expressamente os presentes sobre a intenção de recurso. A RENCA, presente e representada, nada manifestou. A **preclusão consumativa temporal** operou-se automaticamente naquele instante.

Some-se a isso a distância temporal do ato preclusivo: a sessão ocorreu em **18 de maio de 2026**; o recurso foi interposto em **21 de julho de 2026** — sessenta e cinco dias depois, e apenas após a divulgação do julgamento técnico que colocou a

recorrente em 10ª posição. O comportamento configura, ademais, *venire contra factum proprium*: a licitante que anui expressamente ao procedimento na sessão pública, com representante presente e devidamente instada a se manifestar, não pode voltar-se contra ele mais de dois meses depois, quando percebe que o resultado não lhe favoreceu. Trata-se de conduta vedada pela boa-fé objetiva no processo administrativo (art. 5º, caput, da Lei nº 14.133/2021) e pela vinculação ao instrumento convocatório.

Requer-se, portanto, **preliminarmente, o não conhecimento do recurso** na parte referente à alegação de nulidade do certame por acesso ao conteúdo das mídias eletrônicas (capítulo IV do recurso e correlatas), **em razão de preclusão consumativa**, com fundamento no item 16.7.10 do Edital e no art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021.

III. NO MÉRITO — DA ABSOLUTA IMPROCEDÊNCIA DA ARGUIÇÃO DE NULIDADE DO CERTAME

Superada a preliminar, o exame do mérito do capítulo IV do recurso apenas confirma o acerto do procedimento adotado pela Comissão Especial de Licitação, sob todos os ângulos: **(i)** a verificação dos pen-drives constituiu cumprimento — e não invasão — do Edital; **(ii)** o procedimento foi executado com paridade de armas, mediante Comissão de Licitantes; e **(iii)** inexistiu qualquer prejuízo concreto — pressuposto sem o qual não há nulidade a decretar.

III.1. Do dever legal e editalício de verificação de elementos identificadores no Invólucro nº 1 — item 16.7.2, alínea "b"

O item 16.7.2, alínea "b", do Edital é expresso ao condicionar o próprio recebimento do Invólucro nº 1 à inexistência de elementos identificadores:

> *16.7.2 O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão Especial de Licitação se: [...] b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2 [...].*

A cláusula não distingue entre suporte físico e suporte digital. O que ela veda é a existência de **qualquer outro elemento** — expressão de amplitude deliberada — capaz de identificar a licitante. Ora, em mídia eletrônica, elementos identificadores mais comuns são precisamente os **metadados internos** (autor do arquivo, nome do computador, propriedades do documento, timestamps de criação, marcas do software utilizado) — os quais **não podem ser aferidos sem a abertura da mídia**. Segurar o pen-drive na mão e recusar-se a abri-lo tornaria o item 16.7.2, "b", **letra morta** para todas as peças em formato digital. Impedir a verificação seria, aí sim, descumprir o Edital.

Foi exatamente esse o fundamento invocado pela Presidência da Comissão, como consta da ata: a abertura dos pen-drives destinou-se **unicamente à verificação de elementos identificadores**, não a qualquer análise substantiva do conteúdo do plano de comunicação. Trata-se de exercício da competência da Comissão Especial de Licitação prevista no art. 11 da Lei nº 12.232/2010 e no próprio Edital — e **não** de invasão da esfera reservada à Subcomissão Técnica.

A distinção é elementar: **conferência formal para atestar a inexistência de identificadores** é competência da CEL (Lei nº 12.232/2010, art. 11); **análise substantiva do mérito criativo** é competência da Subcomissão Técnica. A ata demonstra que a Comissão manteve-se estritamente no primeiro perímetro. Nenhum arquivo foi lido, analisado, pontuado ou comentado — apenas se verificou que nada neles identificava as licitantes.

III.2. Da regularidade material do procedimento — paridade de armas assegurada pela Comissão de Licitantes

A alegação recursal de que o procedimento se realizou *"sem o devido acompanhamento dos licitantes presentes ou da Comissão de Licitantes"* é frontalmente **contrariada pela prova documental**. A ata registra o sorteio, a formação e a atuação conjunta da Comissão de Licitantes (Digital, Genius e DMD), estabelecidas justamente para acompanhar os atos da Comissão Especial e assegurar a fiscalização plural — providência prevista no item 16.2 do Edital exatamente para esse fim.

Não bastasse, foi a própria representante da DMD quem **sugeriu que a Comissão de Licitantes atuasse em conjunto com a CEL** na vistoria — sugestão acatada sem oposição da RENCA, presente e representada. Alegar, dois meses depois, que a fiscalização foi restrita à CEL é reescrever a história do que efetivamente ocorreu, contrariando prova documental subscrita pela própria recorrente.

Registre-se ainda que a ata consigna, por três vezes, expressa ausência de objeção dos presentes: **(i)** quanto à retirada e troca do conteúdo entre envelopes; **(ii)** quanto ao procedimento realizado durante a troca; e **(iii)** quanto à sugestão de vistoria conjunta pela Comissão de Licitantes. Nenhuma reserva foi apresentada. Nenhum protesto foi consignado. Nenhuma manifestação de intenção de recorrer foi registrada.

III.3. Da ausência de qualquer prejuízo — sem violação concreta ao anonimato, não há nulidade

O art. 12 da Lei nº 12.232/2010, matriz normativa invocada pela recorrente para postular a anulação integral do certame, é textualmente claro:

> *Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria [...] implicará a anulação do certame.*

A norma exige **descumprimento efetivo** das regras destinadas a preservar o anonimato — não mera **possibilidade abstrata de comprometimento**. Aqui reside o vazio probatório da tese recursal, expressamente reconhecido pela própria recorrente, que consigna:

> *A Recorrente não imputa fraude, adulteração ou favorecimento pessoal sem prova.*

Ora, se a própria recorrente admite que **não há prova de fraude, de adulteração nem de favorecimento**, a tese esvazia-se em sua base fática. Some-se a isso a declaração formal da Presidência da Comissão, consignada em ata, de que "*não foi constatado qualquer elemento de identificação de licitante*" nas mídias

verificadas. Nada, portanto, chegou à Subcomissão Técnica que pudesse comprometer o anonimato do julgamento.

Vige, no direito administrativo pátrio, o princípio segundo o qual **não há nulidade sem prejuízo** (*pas de nullité sans grief*) — positivado no art. 55 da Lei nº 9.784/1999, no art. 147 da própria Lei nº 14.133/2021 e reiterado pela jurisprudência do STJ e do TCU. A nulidade que a recorrente postula seria a mais gravosa das consequências jurídicas — a anulação integral de um certame que envolveu 16 licitantes, meses de trabalho e proposta técnica altamente qualificada — e não pode ser decretada sobre a base movediça da hipótese não demonstrada.

A tese recursal repousa sobre a especulação de que "*se o acesso alcançou elementos de autoria, [...] incide diretamente o art. 12*" — mas a própria recorrente não afirma que tal acesso tenha, de fato, alcançado esses elementos. A ata comprova o contrário. A nulidade postulada é, portanto, **juridicamente impossível** à luz do art. 12 da Lei nº 12.232/2010.

IV. NO MÉRITO — DA IMPROCEDÊNCIA DA ARGUIÇÃO SUBSIDIÁRIA DE NULIDADE DO JULGAMENTO TÉCNICO POR AUSÊNCIA DE MOTIVAÇÃO E DO CRITÉRIO 19.4.3, "C"

IV.1. Da subjetividade legítima do julgamento técnico de publicidade — jurisprudência do TCU

Os certames de serviços de publicidade são regidos pela Lei nº 12.232/2010, que instituiu regime específico assentado na necessidade de conciliar **objetividade procedimental** com a **irredutível dimensão subjetiva** da avaliação criativa. A objetivação completa por parâmetros matemáticos e infalíveis é **irreal** neste tipo de objeto — como reconhecido, em decisão-referência, pelo Tribunal de Contas da União no **Acórdão nº 654/2007 – Plenário**, do qual se extrai:

> *Mesmo assim, a nota atribuída pelo julgador não estará totalmente isenta de subjetividade. A objetivação completa com parâmetros matemáticos e infalíveis de comparação é irreal neste tipo de objeto. [...] Alguns aspectos do Plano de Comunicação são essencialmente subjetivos, e assim devem ser tratados. [...] Não há como afastar, in*

> *totum, a subjetividade em um processo de contratação de publicidade, do tipo "melhor técnica". O que se está julgando é uma atividade artística, intelectual, inalcançável por métrica, peso ou outra forma de enlaço tangível, material.*

A lição do TCU incide diretamente sobre este caso: a discricionariedade técnica dos avaliadores, exercida dentro dos critérios objetivos previamente fixados pelo Edital (item 22.4), **não é vício, mas característica estruturante** do julgamento técnico de publicidade. Diferenças de pontuação entre avaliadores para o mesmo critério — quando dentro do intervalo de reavaliação previsto no próprio Edital (item 22.10) — refletem a **idiossincrasia** inerente a esse tipo de exame, como reconhecido pelo próprio TCU.

IV.2. Do método comparativo e da suficiência da motivação escrita

O Edital prescreve, em seu item específico dedicado à metodologia de pontuação, que *"cada membro da Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes, e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta e aos critérios de julgamento técnico"*. É o **método comparativo** — o mesmo adotado no Modelo de Edital da Secretaria Especial de Comunicação Social do Governo Federal, amplamente utilizado pela Administração Pública brasileira.

O art. 11, § 4º, IV, da Lei nº 12.232/2010, invocado pela recorrente, exige **justificativa escrita das razões que fundamentaram as pontuações "em cada caso"** — comando cumprido pelas fichas de avaliação, que documentam, para cada subquesito e para cada critério, a razão específica pela qual foi atribuída a nota respectiva. A norma não exige justificativa exaustiva parágrafo por parágrafo, nem torna nulo o julgamento em que dois avaliadores utilizem adjetivos semelhantes para pontuações próximas. Como registrou a doutrina especializada — reproduzida pelo próprio TCU —, *"se, acaso fosse imposto aos membros da Subcomissão expor minuciosamente todas as razões de suas convicções, isto demandaria um esforço ao julgador impossível de ser cumprido"*.

É por isso, aliás, que a Lei prevê expressamente o mecanismo de **reavaliação motivada** quando a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a

20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito (art. 6º, VII, da Lei nº 12.232/2010, replicado no Edital). Esse é o remédio jurídico específico contra eventuais discrepâncias — não a nulidade do julgamento. E nada indica que tal mecanismo não tenha sido observado quanto às propostas em que houve o gatilho legal — cabendo à Administração, no exercício de suas prerrogativas, juntar aos autos os registros que entender pertinentes, como já postulado pela própria recorrente.

As justificativas constantes das fichas da RENCA — em torno das quais gira a extensa impugnação criativa contida nos capítulos VI a IX do recurso — utilizam expressões concisas que traduzem, cada uma delas, o julgamento comparativo do respectivo membro da Subcomissão. **Não há uma nota destoante ou desarrazoada**: todas as pontuações vêm acompanhadas de justificativa, ainda que sintética, e todas as justificativas guardam correspondência com a nota atribuída. A pretensão de submeter a análise criativa da Subcomissão Técnica a um crivo de revisão substitutiva — desconstruindo cada adjetivo utilizado em cada ficha — extrapola os limites do controle recursal sobre o julgamento técnico de publicidade e transforma o recurso em **inconformismo subjetivo** de licitante que ficou em 10ª colocação, o que é vedado.

IV.3. Da suposta ausência de apreciação do critério previsto no item 19.4.3, alínea "c", do Edital

Sustenta a recorrente que o critério da alínea "c" do item 19.4.3 do Edital — *"adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo"* — não teria sido objeto de análise específica nas fichas de avaliação, o que geraria nulidade autônoma do Subquesito 3 (Ideia Criativa).

A tese não se sustenta. O critério da alínea "c" foi **materialmente apreciado** no bojo da avaliação do Subquesito 3, como parte inseparável do exame conjunto do conjunto de peças da campanha. A avaliação da adequação das peças ao público-alvo é **inseparável** da avaliação dos demais critérios do subquesito — notadamente 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") —, e a metodologia da Lei nº 12.232/2010 não impõe que cada alínea seja

objeto de bloco textual autônomo na ficha, mas sim que o julgamento seja realizado "em cada caso" à luz dos critérios estabelecidos.

A leitura integral das fichas do Subquesito 3 da RENCA demonstra que a avaliação da adequação das peças aos públicos-alvo permeia todas as justificativas apresentadas — sob as expressões relacionadas à *pertinência da solução ao entendimento do cashback*, à *linguagem funcional e direta*, à *clareza das mensagens* e à *compatibilidade das peças com os meios*. Todos esses elementos estão intrinsecamente vinculados à alínea "c", ainda que não expressamente rotulados como tal.

Registre-se, ademais, que a nulidade postulada exigiria — para além da mera ausência formal de rotulagem por alínea — a demonstração de **prejuízo objetivo**: que critério tivesse sido efetivamente **desconsiderado**, e não simplesmente redigido de forma sintética. Essa demonstração inexiste. O acolhimento da tese conduziria à nulidade de virtualmente todos os julgamentos técnicos de publicidade realizados no país sob o Modelo de Edital da SECOM Federal, cuja lógica de motivação sintética e comparativa é idêntica à adotada nesta concorrência.

V. DA IMPROCEDÊNCIA DA IMPUGNAÇÃO ESPECÍFICA DIRIGIDA À PROPOSTA DA ZF

No capítulo XI do recurso, a RENCA impugna especificamente a proposta técnica da ZF, formulando cinco pontos de crítica quanto à Estratégia de Mídia e à Ideia Criativa. Nenhum se sustenta ao exame do próprio material apresentado pela ZF.

V.1. Da suposta deficiência do TGI e do uso de dados de 2023 e 2024

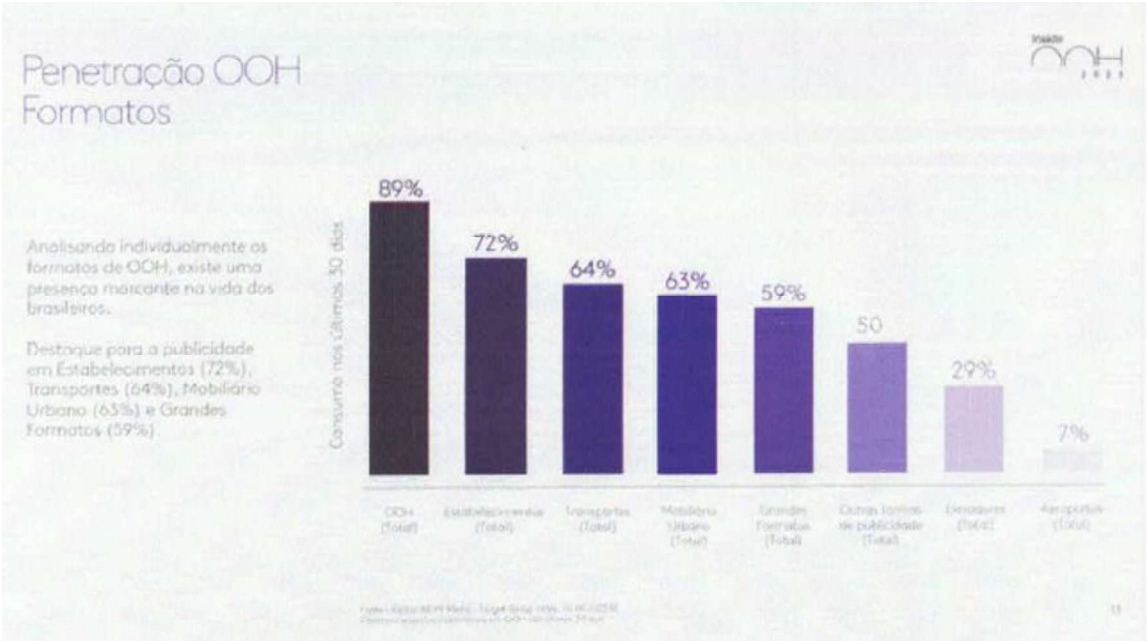
Sustenta a recorrente que a ZF teria utilizado dados de 2023 e 2024 *"sem justificar a opção diante de levantamentos mais recentes"*. A alegação é improcedente por duas razões independentes.

Primeiro: a utilização de dados de 2023 e 2024 é **plenamente justificável**, pois fornece base histórica consistente para a análise do comportamento do público e da evolução dos indicadores de comunicação. Esses dados subsidiam a definição da estratégia sem comprometer sua atualidade, sendo complementados por

informações vigentes, e permanecem relevantes para a tomada de decisão e para a construção do planejamento proposto — prática usual e reconhecida no setor de mídia.

Segundo: o argumento retorna sobre a própria recorrente. A **licitante RENCA também utiliza dados referentes ao ano de 2023 em seu planejamento**, conforme se demonstra abaixo. Não pode a licitante exigir da concorrente parâmetro que a ela própria não se aplica — o que caracteriza *tu quoque*, comportamento contraditório vedado pela boa-fé objetiva.

A análise dos formatos de mídia exterior no Brasil revela que o impacto do OOH está diretamente associado aos ambientes de maior circulação. Segundo o estudo Inside OOH 2023 - do Kantar Ibope Media, os formatos de maior penetração mensal incluem a publicidade em estabelecimentos comerciais (72%), transportes (64%), mobiliário urbano (63%) e grandes formatos (59%).



Recorte do planejamento de mídia da RENCA evidenciando o uso, pela própria recorrente, de dados de 2023.

V.2. Da suposta omissão de custo de instalação da segunda bi-semana de outdoor (OOH)

Alega a recorrente que a programação de 20 outdoors entre 9 e 22 de fevereiro e 10 outdoors entre 9 e 22 de março, com intervalo de uma bi-semana, contemplaria

apenas a impressão inicial, *"não contemplando a segunda instalação necessária à retomada da veiculação"*.

A alegação demonstra desconhecimento das práticas consolidadas do mercado publicitário de mídia exterior. É **prática consolidada de mercado** que, quando o anunciante contrata mais de uma bi-semana de veiculação, o **custo de instalação é normalmente absorvido pelo veículo de comunicação ou incorporado aos custos de produção ou de veiculação**, não sendo cobrado de forma destacada. Trata-se de procedimento amplamente adotado nas negociações comerciais do setor, especialmente em campanhas com maior período de exibição, razão pela qual a cobrança isolada desse custo não constitui regra de mercado.

PEÇA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
Produção/Impressão para outdoor (9x3m - Lona). Instalação pela veiculadora	20	R$ 800,00	R$ 16.000,00

Recorte da Planilha de Produção com custos de produção e instalação de lona para outdoor da Licitante ZF

Curiosamente, a recorrente formula essa crítica em desatenção à própria proposta. A projeção de produção apresentada pela RENCA **contempla a confecção de 30 (trinta) unidades de outdoor 9x3m e 15 (quinze) unidades de outdoor 18x3m, mas não especifica como será realizada a instalação dessas peças, tampouco indica os custos ou a metodologia adotada para essa etapa da execução —** omissão que compromete a transparência e a completude da composição apresentada pela própria recorrente.

Midia Exterior	Display	Produção de 15 displays em PVC Adesivado 30x30cm, 4x0 cores, corte reto.	R$58.56	15
	Lona 9x3 m (18x3 m	Produção de lona 440g para outdoor sendo 30 unidades de 9x3m e 15 unidades de 18x3m, 4x0 cores, com aplique de 1,5 de altura.	R$1.378.00	45
	Lona 9,00x27,00 m	Produção de lona para empena 9x27m, 4x0 cores	R$10,707.11	1

Recorte da Planilha de Produção da Licitante RENCA — outdoor sem especificação de instalação

Produção de lona 440g para outdoor sendo 30 unidades de 9x3m e 15 unidades de 18x3m, 4x0 cores, com aplique de 1,5 de altura.
Produção de lona para empena 9x27m, 4x0 cores

Recorte da Planilha de Produção da RENCA, evidenciando a ausência de especificação dos custos e da metodologia de instalação dos outdoors.

V.3. Da suposta desconformidade com a periodicidade da Revista RDM

Sustenta a recorrente que a programação de mídia impressa da ZF desconsideraria a periodicidade mensal e a data de circulação da Revista RDM, *"podendo ultrapassar o limite de 60 dias do briefing"*.

A alegação parte de premissa equivocada. Observa-se que **o investimento está dentro do período de distribuição da estratégia de mídia**. Essa característica é **inerente ao formato editorial da revista** e não compromete os objetivos do plano de mídia. Ao contrário: a **permanência da publicação em circulação amplia a exposição da mensagem publicitária**, proporcionando maior oportunidade de contato com o público-alvo, sem acarretar prejuízo à estratégia de comunicação, ao cronograma da campanha ou à efetividade dos resultados esperados. Não há, portanto, extrapolação do período de veiculação — há, sim, aproveitamento do tempo de vida útil natural do meio impresso, característica que qualifica a estratégia, não a compromete.

V.4. Do "spot com segmento cantado" e do anúncio de jornal

As alegações remanescentes — de que a peça apresentada como spot conteria "segmento cantado" e de que o anúncio de jornal não esclareceria que o benefício decorre de nota fiscal de serviço — reproduzem a característica geral do recurso: **subjetivismo criativo** apresentado sob roupagem de vício técnico. A distinção conceitual entre spot e jingle não é binária e admite elementos musicais em spots publicitários sem descaracterização do formato. Quanto ao anúncio de jornal, a mecânica do programa (nota fiscal de serviço) está veiculada no conjunto da campanha, dispensando reiteração em cada peça isoladamente considerada — como reconhece a própria Subcomissão Técnica ao atribuir à ZF pontuação de destaque no Subquesito 3.

V.5. Da inexistência de qualquer extrapolação da verba referencial pela ZF

Ao final da impugnação, a recorrente requer que a Comissão *"reavalie a planilha de custos apresentada, a fim de verificar a existência de eventual extrapolação da verba disponível"*. O pedido baseia-se em suposição genérica, sem indicação de dispositivo editalício violado, sem apontamento de valor específico incorreto e sem cálculo. Não há **nenhum elemento objetivo** que sustente a suspeita — que se

afigura como pedido especulativo, tentativa de obter, por via oblíqua, revisão total da planilha da ZF sem apresentar qualquer erro concreto.

A situação, na verdade, opera **exatamente ao contrário** do que sustenta a recorrente. Como se demonstrará no capítulo seguinte, é a **proposta da própria RENCA** que extrapola o teto orçamentário do Briefing em quantia relevante — R$ 226.235,10 — em razão de subavaliação sistemática dos custos de mídia radiofônica mediante emprego de tabelas particularmente negociadas, em violação frontal ao comando editalício.

VI. DA NECESSIDADE DE EXAME DE OFÍCIO E DA DESCLASSIFICAÇÃO DA PRÓPRIA RENCA — USO DE TABELAS NEGOCIADAS E EXTRAPOLAÇÃO DO TETO ORÇAMENTÁRIO

O exame de ofício aqui pleiteado se justifica em regime de **autotutela administrativa** (Súmulas 346 e 473 do STF) e à luz do princípio da **vinculação ao instrumento convocatório**. Trata-se de matéria de ordem pública, aritmeticamente verificável, cuja constatação impõe à Comissão Especial o dever de agir independentemente da provocação recursal.

VI.1. Do dever de utilização de tabela cheia vigente na data do Aviso de Licitação — item 17.2.11.4.7.1

O item **17.2.11.4.7 do Edital** impõe regras rígidas à simulação de custos de mídia constante da Estratégia de Mídia e Não Mídia (Subquesito 4). O comando é objetivo:

> *17.2.11.4.7.1 os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação;*

A expressão **"tabela cheia"** tem sentido técnico preciso no mercado publicitário: refere-se à **tabela pública de preços praticados pelo veículo para o mercado em geral**, sem descontos, bonificações ou negociações particulares. Sua exigência editalícia cumpre função estruturante — assegurar a **paridade de armas** entre as licitantes, todas partindo do mesmo parâmetro objetivo de referência, sem

a possibilidade de licitante alguma valer-se de condições privadas que reduzam artificialmente o custo estimado e liberem espaço orçamentário no interior do mesmo teto.

A licitante que utiliza **tabelas negociadas particularmente**, em substituição às tabelas cheias vigentes, comete violação duplamente grave: **(i)** descumpre regra objetiva do Edital (item 17.2.11.4.7.1); e **(ii)** obtém vantagem competitiva indevida sobre as demais licitantes, que se ativeram ao parâmetro editalício. A consequência é a subsunção ao item **22.13 do Edital** — desclassificação por descumprimento de exigência do Edital com gravidade qualificada.

VI.2. Do uso indevido, pela recorrente, de tabela negociada na rádio Gazeta FM

Na **rádio Gazeta FM**, a RENCA adotou valor unitário decorrente de **tabela particularmente negociada** para a faixa horária indeterminada, totalizando **R$ 19.902,30** para as 163 (cento e sessenta e três) inserções previstas nos meses de abril e maio. Contudo, a aplicação da **tabela comercial cheia vigente na data da republicação do Edital (2026)**, cuja documentação instrui esta manifestação, demonstra que o custo correto seria de **R$ 133.790,40** para as 163 inserções — **diferença de R$ 113.888,10**.



Tabela de preços cheia vigente da rádio Gazeta FM em 2026 — faixa horária rotativa

Tempo	15"	30"	45"	60"	90"
Rotativo	R$ 564,30	R$ 820,80	R$ 1.527,12	R$ 1.716,12	R$ 2.653,56
Determinação	R$ 833,97	R$ 1.126,44	R$ 2.033,64	R$ 2.257,20	R$ 3.296,16
Madrugada	R$ 376,92	R$ 542,16	R$ 943,27	R$ 997,92	R$ 1.472,20
Eventos	R$ 790,00	R$ 1.208,52	R$ 1.626,37	R$ 2.005,56	R$ 4.405,32

***Valores válidos até Dezembro de 2026**

Recorte da Tabela de preços cheia vigente da rádio Gazeta FM em 2026, vigente na data da republicação do Edital.

RÁDIO			R$101.028,80	5.6%
RÁDIO GAZETA	Spot 30"	163	R$19.902,30	1.1%
RÁDIO BAND	Spot 30"	170	R$17.433,50	1.0%
RÁDIO CENTRO AMÉRICA	Spot 30"	162	R$41.634,00	2.3%
RÁDIO VILA REAL	Spot 30"	171	R$22.059,00	1.2%

Recorte da Planilha Resumo Geral da Licitante RENCA — meio Rádio Gazeta FM e Rádio Vila Real FM

ÍTEM	MÍDIA		PRODUÇÃO		TOTAL	
	CUSTO TOTAL	%	CUSTO TOTAL	%	CUSTO TOTAL	%
Internet	R$566,370.45	31.1%	R$9,250.00	5%	R$575,620.45	29%
Televisão Aberta	R$629,845.00	34.6%	R$62,900.00	35%	R$692,745.00	35%
Mídia Exterior	R$417,494.36	22.9%	R$82,189.51	46%	R$499,683.87	25%
Rádio	R$101,028.80	5.6%	R$2,018.88	1%	R$103,047.68	5%
Mídia Impressa	R$105,333.00	5.8%	R$0.00	0%	R$105,333.00	5%
Não Mídia	R$0.00	0.0%	R$23,570.00	2%	R$23,570.00	1%
Recursos Próprios	R$0.00	0.0%	R$0.00	11%	R$0.00	0%
TOTAL GERAL	R$1,820,071.61	100,00%	R$179,928.39	100,00%	R$2,000,000.00	100,00%

Recorte da Planilha Resumo Geral da RENCA, evidenciando o valor apurado com base em tabela negociada, em desconformidade com o item 17.2.11.4.7.1.

A magnitude da divergência — o valor apresentado pela RENCA equivale a aproximadamente **15% do custo correto** — não pode ser explicada por variação

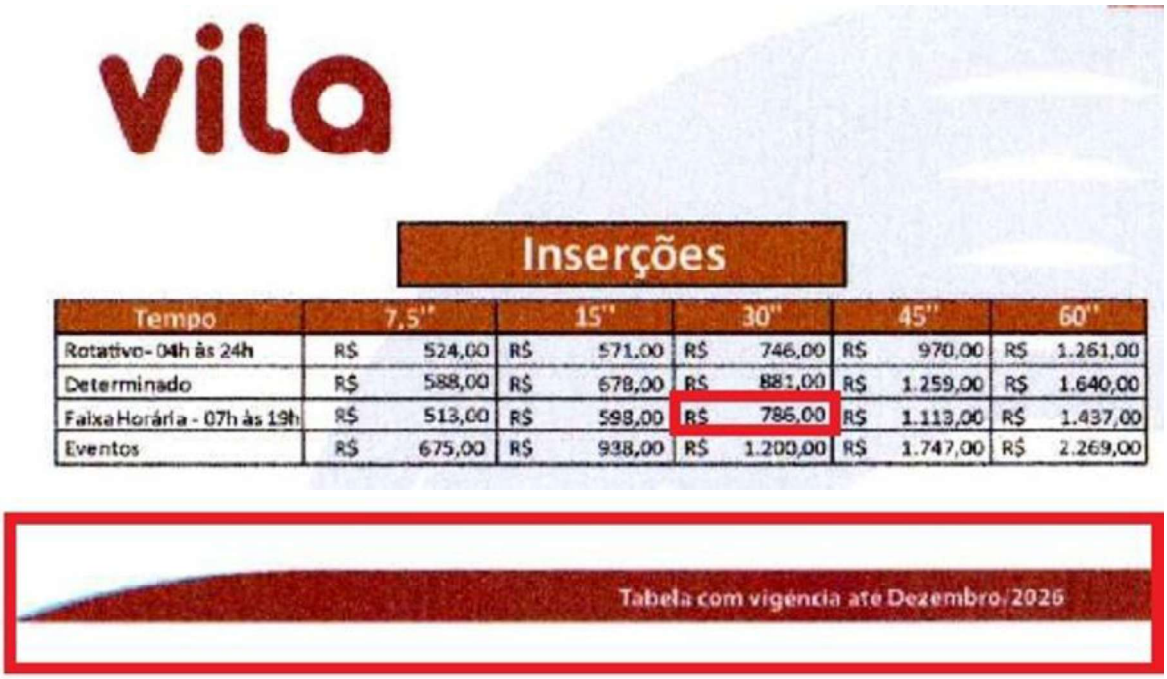
de tabela nem por atualização temporal. A única leitura tecnicamente possível é o emprego de tabela negociada, incompatível com o comando do item 17.2.11.4.7.1.

VI.3. Do uso indevido, pela recorrente, de tabela negociada na rádio Vila Real FM

Situação estruturalmente idêntica ocorre na **rádio Vila Real FM**. A RENCA novamente adotou valor unitário decorrente de tabela negociada para a faixa horária indeterminada, totalizando **R$ 22.059,00** para as 171 (cento e setenta e uma) inserções previstas. A aplicação da tabela comercial cheia vigente em 2026 demonstra que o custo correto seria de **R$ 134.406,00 — diferença de R$ 112.347,00**.



Tabela de preços cheia vigente da rádio Vila Real FM em 2026 — faixa horária 7h às 19h



Recorte da Tabela de preços cheia vigente da rádio Vila Real FM em 2026, vigente na data da republicação do Edital.

VI.4. Da consolidação dos vícios e da extrapolação do teto orçamentário de R$ 2.000.000,00

Consideradas as duas emissoras com tabela negociada, o custo correto das inserções deveria alcançar **R$ 268.196,40**, ao passo que a RENCA considerou apenas **R$ 41.961,30 — diferença conjunta de R$ 226.235,10**. Somadas a essas duas rádios as demais que compõem a estratégia da recorrente (Band FM, 170 inserções ao valor de R$ 17.433,50, e Centro América FM, 162 inserções ao valor de R$ 41.634,00), o meio Rádio com os valores corretos totaliza **R$ 327.263,90**.

ÍTEM	MÍDIA		PRODUÇÃO		TOTAL	
	CUSTO TOTAL	%	CUSTO TOTAL	%	CUSTO TOTAL	%
Internet	R$ 566.370,45	31,1%	R$ 9.250,00	5%	R$ 575.620,45	29%
Televisão Aberta	R$ 629.845,00	34,6%	R$ 62.900,00	35%	R$ 692.745,00	35%
Mídia Exterior	R$ 417.494,36	22,9%	R$ 82.189,51	46%	R$ 499.683,87	25%
Rádio	R$ 327.263,90	5,6%	R$ 2.018,88	1%	R$ 329.282,78	5%
Mídia Impressa	R$ 105.333,00	5,8%	R$ 0,00	0%	R$ 105.333,00	5%
Não Mídia	R$ 0,00	0,0%	R$ 23.570,00	2%	R$ 23.570,00	1%
Recursos Próprios	R$ 0,00	0,0%	R$ 0,00	11%	R$ 0,00	0%
TOTAL GERAL	**R$ 2.046.306,71**	**100,00%**	**R$ 179.928,39**	**100,00%**	**R$ 2.226.235,10**	**100,00%**

Recorte da Planilha Resumo Geral da RENCA com a projeção corrigida do meio Rádio à luz da tabela cheia vigente em 2026.

Considerado o valor total apresentado pela RENCA (R$ 2.000.000,00) e deduzido o montante originalmente atribuído ao meio Rádio (R$ 101.028,80), obtém-se a base de R$ 2.046.306,71. Ao se acrescentar a essa base o valor **atualizado** do meio Rádio (R$ 327.263,90), chega-se ao valor global de **R$ 2.226.235,10**.

A proposta da RENCA, corrigida à luz do item 17.2.11.4.7.1, **extrapola em R$ 226.235,10 o teto orçamentário de R$ 2.000.000,00** fixado no Briefing (Anexo IX). A magnitude da extrapolação — mais de 11% do teto — é **a maior verificada entre todas as licitantes** e evidencia que a composição do plano de mídia foi elaborada com base em **parâmetros incompatíveis com as exigências do Edital**, resultando em divergência substancial na formação do custo total da proposta.

Trata-se, portanto, de vício **objetivo, aritmeticamente verificável** e **materialmente demonstrado**, que atrai a incidência conjunta dos itens 17.2.11.4.7.1 e 22.13 do Edital e impõe a **desclassificação da proposta técnica da RENCA —** matéria que a Comissão Especial pode e deve conhecer de ofício, por se tratar de questão de ordem pública que se sobrepõe à disponibilidade das partes.

VII. DOS PEDIDOS

Ante o exposto, a licitante ZF Comunicação requer:

VII.1. Preliminarmente

O **não conhecimento do recurso na parte relativa à alegação de nulidade do certame por acesso ao conteúdo das mídias eletrônicas** (capítulo IV do recurso e correlatas), em razão da **preclusão consumativa** operada em 18 de maio de 2026, por força do item 16.7.10 do Edital e do art. 165, § 1º, I, da Lei nº 14.133/2021, conforme documentado pela ata da primeira sessão pública, que registra o silêncio da recorrente à indagação expressa da Presidência sobre eventual intenção de recurso.

VII.2. No mérito, quanto à ZF Comunicação

O **improvimento integral** do Recurso Administrativo interposto pela RENCA COMUNICAÇÃO LTDA., mantendo-se, na íntegra, as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica à proposta técnica da ZF nos Subquesitos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro nº 1), uma vez demonstrado que: **(i)** a arguição de nulidade do certame é preclusa e, ainda que assim não fosse, seria substantivamente improcedente por ausência de descumprimento efetivo do art. 12 da Lei nº 12.232/2010; **(ii)** a arguição subsidiária de nulidade do julgamento não se sustenta à luz da subjetividade legítima do julgamento técnico de publicidade, reconhecida pelo TCU no Acórdão nº 654/2007, e da suficiência das justificativas escritas apresentadas pela Subcomissão; e **(iii)** as impugnações específicas dirigidas à proposta da ZF são improcedentes — os dados de 2023/2024 são plenamente justificados e utilizados pela própria recorrente; a instalação da segunda bi-semana de outdoor segue prática consolidada de mercado; a programação da Revista RDM respeita o formato editorial do veículo; e não há qualquer extrapolação da verba pela ZF.

VII.3. Cumulativamente, quanto à desclassificação da própria recorrente

Em razão do vício objetivo evidenciado no capítulo VI, o **exame de ofício** pela Comissão Especial de Licitação, em regime de **autotutela administrativa** (Súmulas 346 e 473 do STF) e à luz do princípio da vinculação ao instrumento convocatório, para o fim de **desclassificar a proposta técnica da própria recorrente RENCA COMUNICAÇÃO LTDA.**, com fundamento nos itens **17.2.11.4.7.1 e 22.13 do Edital**, em razão da utilização de tabelas particularmente negociadas nas rádios **Gazeta FM e Vila Real FM**, em substituição à tabela cheia vigente exigida pelo instrumento convocatório, e da consequente **extrapolação, em R$ 226.235,10, do teto orçamentário de R$ 2.000.000,00** fixado no Briefing (Anexo IX) — vício aritmeticamente verificável, materialmente demonstrado e caracterizador de vantagem competitiva indevida.

Nestes termos, pede deferimento.

Cuiabá – MT, 27 de julho de 2026.

ZIAD ADNAN FARES:68931387172

Assinado de forma digital por ZIAD ADNAN FARES:68931387172
Dados: 2026.07.27 16:13:17 -04'00'

ZIAD A. FARES PUBLICIDADE:04870907000162

Assinado de forma digital por ZIAD A. FARES PUBLICIDADE:04870907000162
Dados: 2026.07.27 16:14:41 -04'00'

ZIAD ADNAN FARES

SÓCIO-DIRETOR

ZIAD A FARES PUBLICIDADE LTDA.

CNPJ: 04.870.907/0001-62