

À COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DE SÃO PAULO - CDHU

FLS. 1905
PROCESSO GERAL
Nº 1049011

Gerência de Licitações - CDHU
RECEBIDO
Em: 12/05/25 Hora: 14:34H
Henrique
Nome/Assinatura do Responsável

Licitação nº 011/24
Processo nº 10.49.011

CALIA | Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA, devidamente qualificada nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossas Senhorias, com fundamento no subitem 13.4. do instrumento convocatório, apresentar **RECURSO ADMINISTRATIVO** em razão do resultado do julgamento das propostas técnicas, o que faz pelas razões de fato e de direito a seguir delineadas.

1. SÍNTESE DOS FATOS

01. A Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano de São Paulo - CDHU, publicou o Edital da Licitação nº 011/24, Processo nº 10.49.011, com o objetivo de contratar 3 (três) agências de publicidade e propaganda a fim de lhe prestarem serviços.
02. Nesse sentido, foi designada a data de 13 de novembro de 2024 para realização da Primeira Sessão Pública. Naquela oportunidade, constatou-se a participação de 18 (dezoito) empresas licitantes.
03. Na oportunidade, foram recebidos os seus invólucros, rubricando-se o conteúdo do 1 e do 3. Nada mais havendo a tratar, a sessão foi encerrada e procedeu-se ao julgamento das propostas técnicas.
04. Analisadas as propostas pela i. Subcomissão Técnica, foi designada a data de 15 de abril de 2025 para realização da Segunda Sessão Pública, na qual houve a

¹ Considerando que o conteúdo das propostas técnicas das licitantes foi integralmente disponibilizado no dia 5 de maio de 2025 (segunda-feira), o prazo de 5 (cinco) dias úteis previsto no subitem 13.4 do Edital para interposição de recurso teve início no dia 6 de maio de 2025 (terça-feira), encerrando-se, por conseguinte, no dia 12 de maio de 2025 (segunda-feira). Afigura-se, portanto, plenamente tempestivo o presente recurso, eis que submetido nesta data.

divulgação das notas e o cotejamento para identificação das licitantes e proponentes. Assim, obteve-se a seguinte classificação:

Posição	Nome da licitante	Pontuação total
1	Lew Lara Tbwa Publicidade e Propaganda Ltda.	90,23
2	Propeg Comunicação S.A.	88,08
3	Mene e Portela Publicidade Ltda	86,77
4	Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.	86,72
5	Binder Comunicação Ltda.	85,30
6	Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda. – CC&P	84,46
7	Nico / Mworks Comunicação Ltda.	84,17
8	Versão BR Comunicação e Marketing Ltda.	84,16
9	Lua Propaganda Ltda.	83,86
10	Debrito Brasil Comunicação Ltda.	82,62
11	Hold Comunicação e Serviços Ribeirão Preto Ltda. Epp	79,42
12	Área Comunicação Propaganda e Marketing Ltda.	79,32
13	Jotacom Comunicação e Publicidade Ltda.	79,00
14	Agil Comunicação e Marketing Ltda.	74,67
15	Rino Publicidade S.A.	63,98
16	Wd Marketing Ltda.	62,97
17	Fazenda Comunicação & Marketing Eirelli	61,65
18	Idem Identidade de Marcas e Propaganda Ltda.	55,41

05. Ocorre, contudo, que, conforme será demonstrado detidamente a seguir, o resultado da licitação não pode se manter, ao passo que o julgamento da proposta técnica da Recorreste está eivado de vícios incorridos pela i. Subcomissão Técnica, razão pela qual a nota atribuída à Calia deve ser majorada de pleno direito.

2. PRELIMINARMENTE

06. De início, faz-se necessário rememorar que os procedimentos de avaliação e pontuação dos invólucros são realizados em consonância com as premissas legais norteadas pela Lei Federal nº 12.232/2010, consoante consta no próprio preâmbulo do edital do certame em epígrafe.



07. Sob esta ótica, importante destacar que a Subcomissão Técnica foi pensada para trazer isonomia e imparcialidade ao certame por meio do julgamento das propostas técnicas, de modo que não fosse possível a identificação de sua autoria.

08. Isto é, quando do julgamento das propostas técnicas, os membros da Subcomissão técnica não podem ter conhecimento sobre quem as confeccionou, sob pena de acarretar a desclassificação da agência identificada ou até mesmo, a depender das circunstâncias, a anulação do certame.

09. Isso ocorre porque o legislador busca trazer e garantir a isonomia e a imparcialidade ao processo de seleção da proposta mais vantajosa. Assim, o julgamento apócrifo é uma regra cogente que visa evitar favorecimentos indevidos e assegurar a imparcialidade do processo.

10. Dessa forma, é importante ressaltar que a aplicação do princípio do julgamento apócrifo ao longo da fase recursal do processo licitatório traz consigo a limitação do âmbito de cognição dos recursos administrativos interpostos. Isso significa que, uma vez proferido o julgamento das propostas técnicas pela Subcomissão técnica, não é possível haver um novo julgamento e alterações das notas atribuídas, a não ser em situações que correspondem à violação objetiva do disposto no instrumento convocatório.

11. Assim, mesmo após a interposição de recurso administrativo, a pontuação inicialmente atribuída às agências licitantes não poderá ser modificada, salvo em situações em que forem constatadas irregularidades objetivas.

12. Desse modo, é válido ressaltar que, em casos de vícios objetivos apontados no plano de comunicação, na capacidade de atendimento, nos relatos e repertórios, por exemplo, poderá haver alteração na pontuação ou na classificação da agência licitante responsável pelo vício.

13. Sobreleva-se que, para regulamentar todo o procedimento licitatório existe o Edital, que deve ser seguido por todos os licitantes. Em regra, ao participarem do certame, os licitantes aceitam o conteúdo previamente elaborado pelos agentes públicos responsáveis pela sua confecção.

14. Este ato formal atribui juridicidade aos enunciados contidos no instrumento convocatório, devendo os interessados respeitarem o seu conteúdo, assim como aqueles responsáveis por exercer o controle correspondente, tanto interna, quanto externamente.



15. O órgão licitante, portanto, encontra-se estritamente vinculado ao Edital de licitação, não podendo descumprir as normas e condições dele constantes. É o instrumento convocatório que dá validade aos atos administrativos praticados no curso da licitação e, também, no julgamento dos recursos.

16. O princípio da vinculação ao instrumento convocatório é de tal importância que impede, por consequência, o descumprimento dos outros princípios aplicados à licitação, como o da transparência, da igualdade, da impessoalidade, da publicidade, da moralidade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo.

17. No caso sob análise, a Calia suscita questões estritamente objetivas, demonstrando que, por oportunidade do julgamento da proposta técnica da Calia, a i. Subcomissão deixou de observar princípios fundamentais aos quais a Administração está subordinada, de modo que os equívocos por ela incorridos devem ser sanados, sob pena de nulidade do julgamento.

3. RAZÕES PARA A MAJORAÇÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À CALIA

3.1. JULGAMENTO FLAGRANTEMENTE ILEGAL. MANIFESTA DISCREPÂNCIA INJUSTIFICADA DAS NOTAS.

18. No que diz respeito à proposta apresentada pela ora Recorrente, nota-se, de forma cristalina, que, ao proceder com análise das notas atribuídas pelos i. julgadores da Subcomissão Técnica, há discrepância significativa entre as notas conferidas pelos avaliadores, conforme se extrai do quadro abaixo:

		involucro 1			
		jurado 1	jurado 2	jurado 3	media
proposta 5	Lew lara	59	66	67	64
proposta 7	Propeg	60	61	68	63
proposta 17	Mene	66	69	64	66,33
Proposta 15	Calia	66	67	58	63,67

19. Observe-se, da simples leitura da tabela, que os jurados 1 e 2 atribuíram, respectivamente, nota 66 e 67 à proposta da Calia, enquanto o jurado 3 atribuiu a nota significativamente inferior de 58, resultando em uma média final de 63,67 pontos.

20. Esta diferença representa um desvio de 8 a 9 pontos numéricos em relação às demais avaliações, o que evidencia uma análise substancialmente destoante, não apenas em termos quantitativos, mas, sobretudo, sob o prisma da

razoabilidade e da coerência metodológica exigidas por um processo técnico imparcial.

21. Nesta linha, faz-se necessário salientar que a Lei nº 12.232/2010 dispõe, em seu art. 6º, inc. VII, a subcomissão técnica deve reavaliar a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

22. Entretanto, tal dispositivo não exaure o controle de legalidade sobre avaliações manifestamente destoantes, sendo cabível a revisão de notas mesmo quando o limite de 20% não é atingido, desde que, como no presente caso, fique evidenciado que a avaliação diverge de modo não justificado e sem motivação técnica aparente, o que compromete a credibilidade, a isonomia e a imparcialidade do certame.

23. Vale lembrar que, muito embora à Subcomissão Técnica seja permitida a discricionariedade técnica – a qual não se confunde com a discricionariedade administrativa porque não permite juízos de conveniência ou oportunidade –, esta deve se ater a avaliar as propostas, de modo equânime e imparcial, a adequação das propostas **aos critérios objetivos de julgamento.**

24. Ou seja, o julgamento das propostas técnicas não é um exercício discricionário irrestrito, sendo vinculadas à análise de critérios objetivos e ao princípio da motivação dos atos administrativos.

25. A ausência de justificativa plausível para nota tão inferior, no mesmo quesito e em comparação direta com os demais avaliadores, fere os princípios da isonomia, impessoalidade e da busca pela proposta tecnicamente mais vantajosa à Administração Pública.

26. Ainda que a nota não tenha sido tecnicamente desclassificável nos termos da regra dos 20% mencionada, a **ausência de coerência interna na avaliação constitui vício formal relevante**, especialmente em se tratando de julgamento técnico, que demanda uniformidade metodológica e aderência aos critérios previamente estabelecidos no edital.

27. Ressalte-se que, em julgados recentes, os Tribunais têm admitido o controle de legalidade das avaliações técnicas sempre que houver indícios de desvio de finalidade, ausência de motivação adequada ou evidente desproporcionalidade

entre as notas atribuídas, mesmo nos casos em que não se configure a nulidade automática pela divergência percentual.

28. Por tais razões, requer-se a reavaliação da nota atribuída pelo jurado 3 à proposta técnica da licitante Calia, a fim de que se assegure a paridade de condições entre os concorrentes e se resguarde a integridade do processo licitatório, em conformidade com os princípios da legalidade, isonomia, vinculação ao instrumento convocatório, julgamento objetivo e da busca da proposta mais vantajosa.

3.2. RACIOCÍNIO BÁSICO. JUSTIFICATIVAS CONTRADITÓRIAS. PRINCÍPIO DA MOTIVAÇÃO DOS ATOS ADMINISTRATIVOS.

29. Não obstante a manifesta discrepância entre as notas atribuídas pelos membros da i. Subcomissão Técnica à proposta técnica apresentada pela Calia, ao realizar detida análise do extrato de julgamento dos Invólucros nº 1 – Plano de Comunicação (Via Não Identificada), verificam-se, ainda, patentes inconsistências e incoerências entre as justificativas apresentadas e as notas que lhe foram atribuídas.

30. Quando se analisa atentamente a avaliação do Plano de Comunicação da Calia realizada pelos membros da Subcomissão Antônio José Festini e Andréa Weiss, verifica-se, de forma cristalina que, a despeito de terem tecido justificativas inquestionavelmente positivas quanto ao raciocínio básico, conferiram nota 10, subtraindo, portanto, 2 pontos de suas avaliações, sem qualquer motivação aparente. Confira-se:

Licitante: 15
 Membro da Subcomissão: Antonio José Festini

Total de Pontos: 58,00
 Assinatura: 

QUESTOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	JUSTIFICATIVA
	1. Raciocínio Básico			
	a) Atividade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas; b) Comprensão das informações contidas no Anexo I; c) Clareza e objetividade.	Nota máxima: 0 a 12 0: não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende razoavelmente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	10	Boa compreensão do briefing e ênfase o caráter protetivo e de transformação social do programa, o que é positivo.

Licitante: 15

Total de Pontos: 66,00

Membro da Subcomissão: Andréa Weiss

Assinatura: *Andréa Weiss*

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	JUSTIFICATIVA
1. Raciocínio Básico				
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	10	Boa compreensão e entendimento do texto, clareza no contexto.
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
	c) Clareza e objetividade.			

31. Note-se que a partir da simples leitura das justificativas que não é possível se inferir, sob qualquer ângulo, qual seria o motivo que a Recorrente não tenha alcançado a nota máxima no quesito, que era de 12 pontos.

32. Ao contrário, a proposta da Recorrente foi objeto de avaliações textuais **claramente elogiosas**, destacando aspectos positivos, sem qualquer apontamento de falha, omissão ou impropriedade.

33. Sublinha-se, neste ponto, que, em atenção ao princípio da motivação dos atos administrativos, na hipótese de ser atribuída nota inferior à máxima, a Subcomissão possui o dever de explicitar e fundamentar as razões que motivaram a conferir tal pontuação, com base nos critérios previamente definidos no Edital, a fim de garantir a possibilidade de exercer o devido contraditório e a ampla defesa.

34. Como se sabe, na linha do que leciona o Prof. Marçal Justen Filho, "a licitação busca selecionar o contratante que apresente as melhores condições para atender os reclamos do interesse público, tendo em vista todas as circunstâncias previsíveis (preço, capacitação técnica, qualidade etc.)"².

35. Nesta esteira, tendo em vista que a Administração seleciona determinadas propostas, atribuindo a umas pontuações mais elevadas do que a outras, como no caso, parece lógico que seja compelida a justificar explicitamente os motivos para tais diferenciações.

36. Do contrário, será inviável o controle da legalidade e legitimidade dos atos atinentes ao procedimento licitatório ou da efetiva observância dos princípios norteadores da licitação (art. 5º da Lei 14.133/21).

² Marçal Justen Filho, Comentários à lei de licitações e contratos administrativos, SP: Dialética, 2002, p. 61

37. Portanto, fato é que a Administração está vinculada ao princípio da motivação na prática de seus atos, o qual está consagrado no art. 50 da Lei nº 9.784/1999, que dispõe:

Art. 50. Os atos administrativos deverão ser motivados, com indicação dos fatos e dos fundamentos jurídicos, quando:
 (...)
 I – neguem, limitem ou afetem direitos ou interesses;

38. Sobre o tema, o ilustre Prof. Marçal Justen Filho leciona que “A *motivação deriva, justamente, da **necessidade de justificar toda e qualquer decisão administrativa**. Assegura a racionalidade do ato e sua submissão ao direito. Facilita o exercício da fiscalização e do controle (...)*”³.

39. Desse modo, a Administração tem o dever de explicitamente emitir decisão nos processos administrativos, **sendo seus atos administrativos devidamente motivados de forma explícita, clara e congruente**. Isto, contudo, não ocorreu *in casu*.

40. Com efeito, o que se verifica é uma justificativa rasa e manifestamente contraditória, cuja fundamentação – evidentemente positiva – se torna insuficiente para compreender a motivação pela qual os julgadores, por oportunidade da avaliação do Raciocínio Básico apresentado pela Recorrente, entenderam pela redução de sua nota.

41. A título comparativo, confira-se a motivação exposta pela Avaliadora Dalva Marília Ferreira sobre o mesmo quesito, que conferiu à Recorrente a nota máxima – como deveria ter sido feito pelos demais membros da Subcomissão ao optar por tracejar referidas justificativas:

³ Marçal Justen Filho, Comentários à lei de licitações e contratos administrativos, SP: Dialética, 2002, p. 72

Licitante: 15

Total de Pontos: 67,00

Membro da Subcomissão: Dalva Marília Ferreira

Assinatura:

Documento assinado digitalmente
 DALVA MARILIA FERREIRA
 Data: 31/01/2025 17:18:58-0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

QUESITOS - VALOR	CRITÉRIOS	PONTUAÇÃO	NOTA	JUSTIFICATIVA
1. Raciocínio Básico				
	a) Acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas;	Nota Máxima: 0 a 12 0 : não atende 1 a 3: atende pouco; 4 a 6: atende medianamente; 7 a 9: atende bem; 10 a 12: atende com excelência.	12	Objetividade, clareza e compreensão do briefing
	b) Compreensão das informações contidas no Anexo I;			
	c) Clareza e objetividade.			

42. Como se vê, quanto à avaliação realizada pelos membros da Subcomissão Antônio José Festini e Andréa Weiss, verifica-se que se trata de decisão administrativa incongruente, porquanto as motivações elogiosas não fazem jus à nota que lhe foi atribuída, o que viola o princípio da motivação dos atos administrativos e impede o exercício do direito à ampla defesa e ao contraditório, alicerces do devido processo legal.

43. Sobreleva-se que, no âmbito das licitações, a ausência de motivação ou a sua deficiência formal ou material representa um vício insanável, sobretudo quando o ato administrativo impacta diretamente a pontuação da proposta técnica, afetando a classificação da licitante.

44. Desta forma, tal conduta fere o princípio da isonomia, pois impede que os licitantes compreendam os critérios utilizados na avaliação, além de violar o direito ao contraditório e à ampla defesa, garantidos no art. 5º, inciso LV, da Constituição Federal, aplicáveis também ao âmbito do processo administrativo, como determina o art. 2º, parágrafo único, inciso X, da Lei nº 9.784/1999.

45. Portanto, tendo em vista que o contraditório restou prejudicado em razão da motivação insuficiente da julgadora, faz-se necessária a majoração da pontuação atribuída ao subquesto em questão para a Recorrente para máxima.

46. Isto porque, as tabelas contendo as justificativas das notas atribuídas já foram todas publicadas, de modo que não existe a possibilidade de se inserir, neste procedimento licitatório, documento novo com suposta motivação que justifique a nota inferior atribuída à Calia. Desse modo, a Subcomissão está atrelada às justificativas que ora temos conhecimento e que, como demonstrado, não são suficientes para diminuir a pontuação auferida pela Recorrente.

47. Desta forma, sob todos os ângulos que se analisa a situação, resta manifestamente evidente que a Subcomissão incorreu em patente equívoco por oportunidade da atribuição da nota conferida à Recorrente.

48. Ante o exposto, uma vez demonstrado que o julgamento do Raciocínio Básico apresentado pela Calia está eivado de vícios, em homenagem ao princípio da isonomia entre as licitantes, faz-se imperiosa a majoração da nota da Recorrente para a nota máxima, sob pena de nulidade do ato administrativo.

3.3. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO. CONFUSÃO E MÁ INTERPRETAÇÃO

49. No âmbito da Estratégia de Comunicação, novamente, o membro da Subcomissão Julgadora, Antônio José Festini, atribuiu à Calia 17 pontos, dos 20 possíveis ("atende bem") sob a seguinte justificativa: *"A defesa do conceito "cuidado" é bem embasada nas características do programa. Há um deslize quando cita que o atendido tem um histórico de cuidado com a família, o que não se pode afirmar e pode ser sensível, devido ao fato de ser um idoso sem vínculos familiares fortes"*. Veja-se:

2. Estratégia de Comunicação Publicitária			
a) Estabelecimento sobre o objetivo de comunicação exposto no item 1;	Nota máxima: 0 a 10 0: não atende; 1 a 3: atende muito pouco;	17	-20 ⊗ A defesa do conceito de "cuidado" é bem embasada nas características do programa. Há um deslize quando cita que o atendido tem um histórico de cuidado com a família, o que não se pode afirmar e pode ser sensível, devido ao fato de ser um idoso sem vínculos familiares fortes.
b) Análise e adequação dos desenvolvimentos positivos de conceito proposto na solução apresentada;	4 a 6: atende pouco; 7 a 9: atende razoavelmente; 10 a 11: atende razoavelmente bem;		
c) Capacidade e coerência técnica (construção) demonstrada na estratégia de comunicação apresentada no desafio;	12 a 17: atende em excelência.		
d) Qualidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público-alvo e a situação envolvida.			

50. Ocorre, todavia, que o referido avaliador questionou o uso do conceito de "cuidado" sob a justificativa de que haveria um "deslize" ao citar que o beneficiário (idoso) teria um histórico de cuidado com a família, indicando que tal afirmação poderia ser sensível, uma vez que o programa é voltado a idosos com vínculos familiares fragilizados ou inexistentes.

51. Contudo, ao contrário do que o julgador afirma em sua fundamentação da nota atribuída à Calia, a proposta da Recorrente parte exatamente da premissa de que o Programa Vida Longa se destina a uma população em condição de vulnerabilidade, cujos laços familiares estão fragilizados ou rompidos.

52. Essa fundamentação, inclusive, é reiterada de forma inequívoca e recorrente em múltiplos trechos da proposta da Calia, no item planejamento estratégico de comunicação, como se pode observar abaixo:

- "idosos com 60 anos ou mais que estão em situação de risco social, sem acesso à moradia e com vínculos familiares frágeis ou rompidos";
- "Este público, muitas vezes **isolado e sem apoio familiar**";
- "frequentemente **possuem vínculos familiares enfraquecidos ou inexistentes**";
- "**o abandono dos idosos** se consolidou como um dos principais problemas";
- "**esse abandono manifesta-se no plano familiar, econômico, emocional**";
- "o cuidado se torna uma palavra essencial, pois simboliza exatamente **aquilo que falta a muitos idosos**".

53. Observe-se, então, que os trechos retromencionados demonstram que a Calia não apenas reconhece como baseia todo o seu planejamento na realidade de abandono e distanciamento familiar.

54. Ocorre que o conceito criativo "*Uma longa vida de esforços merece uma longa vida de cuidados*" não se refere a relações familiares presentes, mas à trajetória do idoso enquanto sujeito histórico e merecedor de dignidade.

55. A comunicação não parte da presunção de que ele é cuidado pela família, mas sim que ele *precisa ser cuidado pelo Estado*, por meio de políticas públicas eficazes.

56. A frase central — "*uma longa vida de esforços*" — diz respeito ao que o idoso ofereceu à sociedade, à comunidade, ao trabalho e, eventualmente, à família. A segunda parte — "*merece uma longa vida de cuidados*" — invoca o direito universal à proteção, independentemente da existência de laços afetivos.

57. Ao longo de toda a proposta, o cuidado promovido pelo programa Vida Longa é apresentado como substituto institucional e simbólico daquilo que muitos idosos não possuem mais: apoio familiar. A estratégia de comunicação reconhece essa lacuna como um desafio real e constrói o conceito de "*casa como cuidado*" justamente para responder a esse vazio.

"A casa não representa apenas uma estrutura que protege contra riscos e vulnerabilidades físicas, mas também um espaço de convivência e acolhimento".

58. Assim, fica claro que a Estratégia de Comunicação proposta pela Recorrente é sensível, coerente e perfeitamente alinhada com os objetivos e o público do Programa Vida Longa, bem como resta evidente que a justificativa utilizada para reduzir a sua pontuação não se sustenta diante da análise da proposta como um todo que, claramente, reconhece a ausência dos vínculos

familiares como um dos pilares que justificam a existência e a forma de comunicação do programa.

59. É de se cogitar que o referido membro da Subcomissão talvez possa ter se confundido ao analisar todas as 18 (dezoito) propostas existentes, o que até certo ponto é compreensível, mas a justificativa que apresenta não é suficiente para embasar a redução da pontuação da Calia, diante de tudo o que foi demonstrado.

60. Desse modo, ficou clara a coerência e adequação da proposta apresentada, motivo pelo qual se requer a majoração da nota da Recorrente também nesse aspecto, no mínimo em valor igual à média das notas atribuídas pelos demais membros da Subcomissão.

3.4. IDEIA CRIATIVA. NÃO OBSERVÂNCIA DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO PREVISTOS NO EDITAL. DESCONFORMIDADE LEGAL.

61. O Edital do processo licitatório, em seu item 6 e respectivos subitens, estabelece de forma clara os critérios de julgamento das propostas técnicas, que devem ser rigorosamente observados pela Subcomissão Técnica no momento da avaliação.

62. No tocante ao sub quesito Ideia Criativa, o Edital determina que a pontuação deve seguir a seguinte escala: 0 (não atende), 1 a 6 (atende muito pouco), 7 a 10 (atende pouco), 11 a 14 (atende medianamente), 15 a 18 (atende relativamente bem), 19 a 21 (atende bem), e 22 a 25 (atende com excelência).

63. Como critérios para avaliação da Ideia Criativa, o edital enumera os seguintes tópicos:

- a) adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;
- b) entendimento sobre o público-alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;
- c) originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;
- d) pertinência entre as atividades da unidade contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;
- e) exequibilidade e economicidade das peças e do material;
- f) clareza e objetividade das soluções apresentadas.

64. No entanto, em sua avaliação, um dos membros da Subcomissão Técnica, o Sr. Antônio Jose Festini, atribuiu à proposta da Recorrente a nota de 17 pontos (de

um total de 25 possíveis), classificando-a como “atende relativamente bem”, com base na seguinte justificativa: *“Peça de TV dá bom espaço para personagem real, humanizando a comunicação. Kvs com mensagem clara, porém as tonalidades são irregulares e muitas vezes puxadas pro sépia, diminuindo a sensação de paz e acolhimento que se espera da campanha”*.

3. Ideia Criativa			
a) Adequação da ideia criativa ofertada ao cliente;	Nota Máxima: 0 a 25 0: não atende; 1 a 6: atende muito pouco; 7 a 10: atende pouco; 11 a 14: atende medianamente; 15 a 18: atende razoavelmente bem; 19 a 21: atende bem; 22 a 25: atende com excelência.	17	Peça de TV dá bom espaço para personagem real, humanizando a comunicação. Kvs com mensagem clara, porém as tonalidades são irregulares e muitas vezes puxadas pro sépia, diminuindo a sensação de paz e acolhimento que se espera na campanha.
b) Entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações e programas do Governo;			
c) Originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;			
d) pertinência entre as atividades da Unidade Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico;			
e) Esquibllidade e economicidade das peças e do material;			
f) Clareza e objetividade das soluções apresentadas.			

65. Ora, ao se analisar a justificativa apresentada, verifica-se que ela se desvia dos critérios técnicos estabelecidos pelo edital, limitando-se a uma apreciação subjetiva e desprovida de embasamento técnico adequado.

66. Trata-se, portanto, de uma avaliação centrada na percepção pessoal do julgador, o que compromete a isonomia e a objetividade exigidas pelo certame.

67. A despeito disso, faz-se necessário esclarecer que a identidade visual proposta pela Recorrente, que se vale de *“iluminação, intencionalmente solar e quente”*, foi cuidadosamente concebida para transmitir uma mensagem de otimismo e bem-estar aos futuros beneficiários do Programa Vida Longa.

68. Referida escolha cromática, distante da percepção de “sépia” citado pelo julgador, foi estrategicamente definida para evocar sentimentos de calor, vitalidade e alegria — aspectos que refletem o ambiente seguro, acolhedor e feliz que o Programa se propõe a oferecer aos idosos.

69. As variações tonais presentes na proposta — características da luz natural — contribuem para o realismo e a profundidade das diversas situações de bem-estar, segurança, acessibilidade e convívio social dos idosos, retratadas em todas as peças corporificadas apresentadas na proposta da Recorrente.

70. Portanto, a paleta de cores quentes e a iluminação solar, ao invés de diminuir, potencializam a sensação de paz, acolhimento e qualidade de vida, elementos centrais da proposta do Vida Longa e alinhados aos objetivos de

"assegurar os direitos e a qualidade de vida desta população" e promover "a independência do idoso... em condições saudáveis".

71. Importante ressaltar, que a Lei nº 12.232/2010, que rege os processos licitatórios na área de publicidade, determina que o julgamento das propostas técnicas deve ser feito exclusivamente com base nos critérios especificados no edital, justamente para assegurar a imparcialidade e a equidade no processo avaliativo.

72. Na mesma vertente, o professor Marçal Justen Filho elucida que:

"O instrumento convocatório cristaliza a competência discricionária da Administração, que se vincula a seus termos. Conjugando a regra do art. 41 com aquela do art. 4º, pode-se afirmar a estrita vinculação da Administração ao edital, seja quanto a regras de fundo quanto àquelas de procedimento. Sob um certo ângulo, o edital é o fundamento de validade dos atos praticados no curso da licitação, na acepção de que a desconformidade entre o edital e os atos administrativos praticados no curso da licitação se resolve pela invalidade destes últimos. Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação. Viola os princípios norteadores da atividade administrativa, tais como a legalidade, a moralidade, a isonomia. O descumprimento a qualquer regra do edital deverá ser reprimido, inclusive através dos instrumentos de controle interno da Administração Pública. (...)
Ao submeter a Administração ao princípio da vinculação ao ato convocatório, a Lei nº 8.666 impõe o dever de exaustão da discricionariedade por ocasião de sua elaboração. **Não teria cabimento determinar a estrita vinculação ao edital e, simultaneamente, autorizar a atribuição de competência discricionária para a Comissão indicar, por ocasião do julgamento de alguma das fases, os critérios de julgamento. Todos os critérios e todas as exigências deverão constar, de modo expresso e exaustivo, no corpo do edital.**" (g.n.)⁴

73. Nesse sentido, consoante exposto, o próprio edital, de maneira expressa, destaca que os critérios listados devem ser obrigatoriamente observados pela Subcomissão Técnica.

74. No entanto, nenhum desses critérios contempla juízos de valor pessoais ou preferências subjetivas — sobretudo quando desacompanhados de argumentos técnicos. Ainda que exista margem de subjetividade inerente ao processo criativo, é imprescindível que a avaliação esteja embasada unicamente nos critérios estabelecidos no edital e devidamente fundamentada tecnicamente.

75. O presente caso evidencia, de forma inequívoca, a violação ao princípio do julgamento objetivo, amplamente consagrado no ordenamento jurídico que rege os processos licitatórios.

⁴ JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 10ª Ed., Dialética, 2004, p. 395.

76. Esse princípio impõe que as avaliações das propostas técnicas sejam realizadas com estrita observância aos critérios previamente estabelecidos no edital, de modo a assegurar transparência, isonomia e imparcialidade no julgamento.

77. Dessa forma, quando um dos avaliadores fundamenta sua nota com base em percepções pessoais, desassociadas dos parâmetros técnicos definidos, incorre-se em desvio da finalidade do certame, comprometendo sua legitimidade.

78. É justamente para evitar esse tipo de distorção que a legislação determina que o edital deve conter critérios claros, objetivos e mensuráveis, os quais devem ser seguidos à risca por todos os membros da subcomissão técnica. A subjetividade inerente à avaliação criativa não pode se sobrepor à obrigatoriedade de observância técnica e impessoal.

79. No presente caso, consoante demonstrado, a nota atribuída à Recorrente não se fundamenta nos critérios do edital — como originalidade, pertinência, adequação e exequibilidade — mas sim em preferências estéticas particulares, **o que fragiliza a credibilidade do julgamento e fere diretamente o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.**

80. Ademais, a justificativa do julgador se apoia em uma única observação “negativa” — e ainda assim, de natureza questionável. E, ainda que se considerasse válida essa observação, o que se rebate no presente recurso, **ela não seria suficiente para justificar uma redução tão significativa da nota**, de 25 para 17 pontos. A desproporcionalidade é evidente, demonstrando um juízo que carece de razoabilidade diante dos demais aspectos positivos não considerados.

81. Diante do exposto, com base na legislação vigente e nos termos do Edital torna-se imperativa a revisão da nota atribuída, com sua majoração para, no mínimo, o mesmo patamar das notas conferidas pelos demais membros da comissão, em respeito aos critérios legais, editalícios e ao princípio da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e da legalidade, que deve nortear a atuação do contratante em processos licitatórios.

4. RAZÕES PARA A DESCLASSIFICAÇÃO DA LICITANTE MENE E PORTELLA

4.1. INDEVIDA IDENTIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA. QR CODE COM DIRECIONAMENTO A LINK EXTERNO.

82. Como cedição, o julgamento apócrifo das propostas técnicas, exigido pela Lei nº 12.232/2010 e pelo Edital, é regra cogente que visa garantir a isonomia e a imparcialidade do certame, sendo vedada qualquer possibilidade de identificação da autoria das propostas pela Subcomissão Técnica, sob pena de desclassificação ou até anulação do processo licitatório.

83. O Edital da Licitação nº 011/2024, com rigor semelhante, estabelece expressamente que o Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada), onde se encontram os elementos avaliados na fase técnica, não poderá conter qualquer informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação do licitante, sob pena de desclassificação da proposta (item 5.2.5 e 3.1.1.2, alínea “c”).

84. Nesse sentido, muito embora o uso de QR Codes seja permitido nas peças integrantes da proposta técnica (via não identificada), tal permissão é condicionada a que não ocorra redirecionamento a links, plataformas ou repositórios externos, exatamente para impedir que, por meio de rastreamento digital, se possa inferir a identidade da licitante.

85. Ocorre que a proposta técnica apresentada pela agência Mene e Portella contém, nas peças que compõem o subquesto “Ideia Criativa”, QR Codes que redirecionam a links específicos externos. Confira-se:



Programa VIDA LONGA
DIGNIDADE E RESPEITO
moram aqui

O Vida Longa faz parte do programa Novo Casa Paulista, da CDHU, e Governo do Estado de São Paulo. Mais do que moradia, significa mais qualidade de vida para os idosos.

- Condições sanitárias projetadas para pessoas idosas.
- Casas de multiblocos • Sem taxa de ocupação • Sem cobrança de água e luz
- Segurança • Espaço de convivência • Equipamentos de qualidade

colleto para te
 mais informações

ambiente
 Muitos dos
 incidentes do
 país tem origem
 humana. 301

Israel prepara ofensiva terrestre no sul do Líbano contra o Hezbollah

As forças de Defesa israelenses mobilizaram soldado e tanques contra o Hezbollah no sul do Líbano, onde opera em uma "zona amarela" desde que Israel se retirou por completo, em 2000.

A operação se concentra na área ao longo da fronteira com o sul do Líbano, onde o Hezbollah abriga milhares de refugiados sírios.

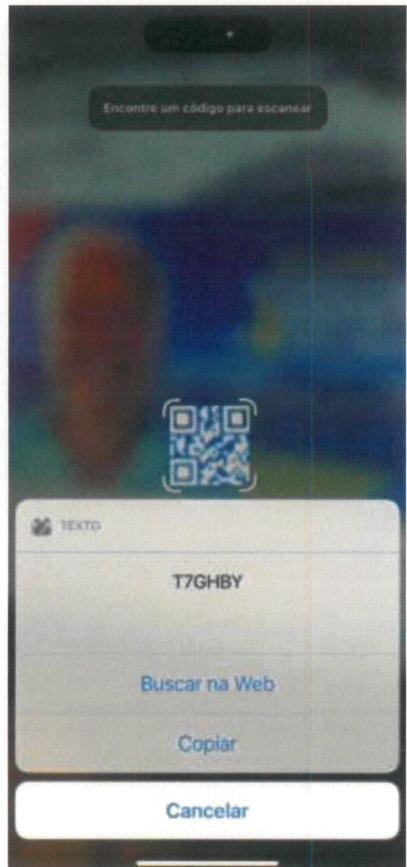
Não aceitarão obrigações por sete, diz Lula na ONU

Em discurso na ONU, o presidente Lula (PT) disse que seu governo não aceita a responsabilidade pelas mortes ocorridas no ataque aéreo a um avião civil no sul do Líbano, que matou 25 pessoas e feriu outras 45.

EDITORIAIS

Diplomacia brasileira se concentra na resolução da crise

Em discurso de Lula na Assembleia Geral da ONU, o presidente afirmou que o Brasil não aceita a responsabilidade pelas mortes ocorridas no ataque aéreo a um avião civil no sul do Líbano, que matou 25 pessoas e feriu outras 45.





86. Tal circunstância, a despeito de não revelar diretamente o nome da licitante, pode permitir o rastreamento ou a identificação indireta por metadados, nomenclaturas, estrutura da URL ou domínios utilizados.

87. Trata-se de incontestável infração objetiva à regra do anonimato, ainda que não haja má-fé aparente, pois rompe com a vedação de qualquer elemento que possibilite a identificação da proposta antes da abertura do invólucro nº 2.

88. É importante destacar que as demais licitantes adotaram cautela técnica justamente para não utilizar links nos QR Codes eventualmente apresentados, revelando o entendimento comum quanto à necessidade de se preservar o anonimato. Nesse contexto, a conduta da Mene e Portella, mesmo que isolada, compromete a isonomia entre os participantes e viola o princípio da vinculação ao edital.

89. Dessa forma, diante da identificação potencial proporcionada pelos QR Codes com links, requer-se, com fundamento nos princípios da legalidade, isonomia, impessoalidade e vinculação ao instrumento convocatório, bem como no disposto no item 6.12, alínea “a”, do edital, que seja desclassificada a proposta técnica da agência Mene e Portella, a fim de preservar a integridade e legitimidade do certame.

4.2. ALTERNATIVAMENTE, RAZÕES PARA A REDUÇÃO DA PONTUAÇÃO DA LICITANTE MENE E PORTELLA

90. Caso não se entenda pela desclassificação da Mene, o que apenas se admite a título de argumentação, é necessário que haja a redução de sua pontuação, com base na argumentação que será delineada a seguir.

91. O Edital da licitação em comento estabeleceu, de forma muito clara e objetiva, quais eram os dois segmentos de público-alvo a serem contemplado nas ações de comunicação, a saber:

- a) **Beneficiários diretos da ação da CDHU:** Trata-se da população idosa beneficiada diretamente nos equipamentos comunitários de moradia gratuita.
- b) **Beneficiários indiretos da ação da CDHU:** trata-se da população em geral, beneficiada com melhoria nos índices de desenvolvimento humano que resulta do desenvolvimento habitacional e urbano (Saúde, Educação, segurança etc.).

92. Assim, conforme disposto no próprio edital, caberia às licitantes apresentarem propostas técnicas com “a) *Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo, e clareza quanto a este tópico*”.

93. Todavia, ao se analisar a proposta técnica da licitante Mene, observa-se a inadequação da segmentação apresentada, especialmente no que se refere aos beneficiários indiretos. Conforme consta dos Gráficos 1 e 2 extraídos da pesquisa TGI, a referida agência delimitou os públicos da seguinte forma:

- c) **Gráfico 1 – Beneficiários diretos:** indivíduos de ambos os sexos, pertencentes às classes D e E, com 60 anos ou mais;
- d) **Gráfico 2 – Beneficiários indiretos:** indivíduos de ambos os sexos, pertencentes às classes C, D e E, também com 60 anos ou mais.

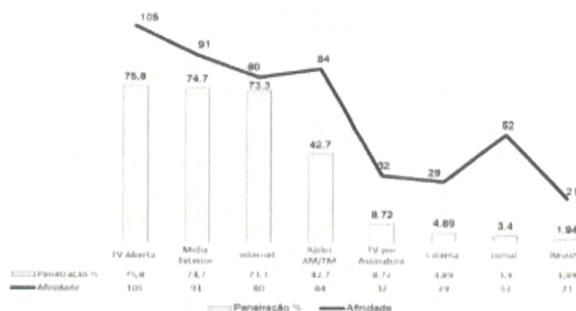
94. Tal segmentação revela evidente inadequação técnica, uma vez que os beneficiários indiretos foram restritos, de forma indevida, a um recorte etário e socioeconômico específico (classes CDE com 60+ anos), em desacordo com o que exigiu o Edital, que definiu como beneficiária indireta a população em geral.

95. A redução indevida do escopo demográfico revela falta de alinhamento metodológico com as diretrizes do instrumento convocatório e evidencia deficiência técnica na compreensão dos hábitos de consumo dos meios de comunicação por parte deste público mais amplo.

96. A seguir, são apresentados os gráficos utilizados na Estratégia de Mídia da ora Recorrida:

Consumo dos meios — beneficiários diretos (Gráfico 1).

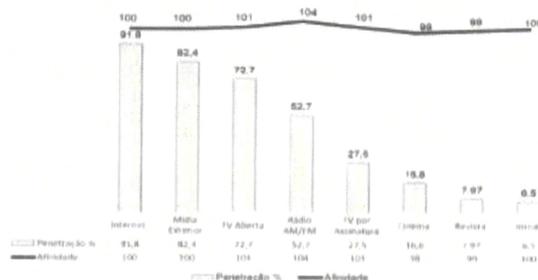
Gráfico 1 – Consumo dos meios – AS, DE, 60+



Fonte: TG BR 2023 R1 (pessoas) – Copyright TGI LATINA 2023 – Base: RM São Paulo.

Consumo dos meios — beneficiários indiretos (Gráfico 2)

Gráfico 2 – Consumo dos meios – AS, CDE, 60+



Fonte: TG BR 2023 R1 (pessoas) – Copyright TGI LATINA 2023 – Base: RM São Paulo.

97. Além disso, verifica-se que a Mene ainda previu em sua proposta orçamentária a constituição de uma "reserva técnica" no valor de R\$ 73.010,10 (setenta e três mil e dez reais e dez centavos), sem que houvesse qualquer previsão no edital que autorizasse ou orientasse tal prática.

98. Ainda em relação à Estratégia de Mídia e Não Mídia, o Edital estabeleceu, como critério de avaliação, o disposto na alínea "c" do quadro previsto no item 6.2.: *demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento.*

99. Entretanto, verifica-se que a proposta apresentada pela licitante Mene não atende satisfatoriamente a esse critério, eis que a alocação de R\$ 73.010,10 (setenta e três mil e dez reais e dez centavos) como "reserva técnica" – valor este não previsto nem autorizado pelo edital – evidencia a inexistência de planejamento voltado à otimização dos recursos públicos.

100. Ao reservar referido montante, a licitante deixou de aplicá-lo na estratégia de mídia, o que compromete os princípios da economicidade e eficiência.

101. A título de exemplo, foi selecionada a cidade Campinas/SP, um mercado com pesquisa regular pelo IBOPE e possível de simulação de resultados na plataforma de pesquisa. A aplicação dessa verba na TV Aberta demonstra-se plenamente viável, com potencial de alcançar aproximadamente 20% do público de beneficiários indiretos, o que representa um incremento estimado de 500 mil impactos.

102. Essa estratégia potencializaria significativamente a eficácia da comunicação junto ao público-alvo definido no edital, além de garantir maior otimização na alocação dos recursos. Vide demonstrativo de veiculação em TV Aberta na praça de Campinas/SP:

UF	MERCADO	EMISSORA	PROGRAMAS	HORÁRIO		FORMATO	A DEFINIR				TT INS	VALOR TABELA	
				INICIAL	FINAL							UNITÁRIO	TOTAL
SP	CAMPINAS	GLOBO	BOM DIA PRAÇA	06:00	08:30	30"	1				1	R\$ 2.791,00	R\$ 2.791,00
SP	CAMPINAS	GLOBO	BOM DIA BRASIL	08:30	09:30	30"		1			1	R\$ 4.572,00	R\$ 4.572,00
SP	CAMPINAS	GLOBO	VALE A PENA VER DE NOVO	16:45	18:25	30"			1		1	R\$ 7.399,00	R\$ 7.399,00
SP	CAMPINAS	GLOBO	PTV2	19:10	19:40	30"				1	1	R\$ 22.014,00	R\$ 22.014,00
SP	CAMPINAS	GLOBO	JORNAL NACIONAL	20:30	21:20	30"	1				1	R\$ 35.514,00	R\$ 35.514,00
TOTAL GLOBO		CAMPINAS									5	R\$	72.290,00

103. São projeções de resultados obtidas a partir de simulação realizada na plataforma de pesquisa do IBOPE:

EMISSORA	TARGET	INS	TRP	COV %	OTS	IMPACTOS	ALCANCE
GLOBO	1.805.000	5	31,08	19,78	1,57	560.994	357.029

Fonte: Kantar Ibope - Instar Analytics 5 – target 1: AS, ABCDE 18+

104. Ou seja: ou faltou criatividade à referida licitante, ou faltou economicidade e planejamento, que têm a finalidade de bem empregar os recursos públicos. De um modo ou de outro, a agência demonstrou fragilidade em sua proposta, motivo esse que, por si só, já deveria ensejar a drástica redução de sua pontuação.

105. Contudo, os erros da Recorrida não se encerram aí. Veja-se que, na página 8 de sua proposta, a Mene menciona um panfleto no texto, porém não inclui a cobrança desse serviço nos custos de produção, nos quais apenas foram incluídos os cartazes e os folhetos:

Texto que descreve o panfleto:

Mídia própria será utilizada para consolidar a campanha junto ao público interno e apoiadores da CDHU, incluindo avatares e capas para redes sociais, e-mail marketing e descanso de tela para funcionários. Por fim, a comunicação não mídia distribuirá panfletos e cartazes em locais de grande circulação, como centros comunitários, unidades de saúde e restaurantes Bom Prato, para impactar diretamente os beneficiários e a população local. Também propomos uma cartilha digital informativa com detalhes do programa e informações de acesso no site da CDHU.

106. Ademais, na planilha de produção também não consta a cobrança pelo desenvolvimento do e-mail marketing, cobrança essa que deve, evidentemente, ser prevista:

- 32- Capa para Redes Sociais Geral: capa com o conceito para perfis da CDHU nas redes sociais.
- 33- Imagem para Perfil Geral: avatar com logo do programa para perfil da CDHU nas redes.
- 34- Email Marketing Geral: disparo de e-mails com a identidade visual da campanha para o público interno.
- 35- Descanso de Tela Geral: imagem de fundo com a identidade visual da campanha para computadores dos colaboradores da CDHU.
- 36- Cartilha Online Como Participar: cartilha informativa para ser disponibilizada no site da CDHU.
- 37- Folheto Geral: folheto para ser distribuído em locais de grande circulação de municípios participantes do programa.
- 38- Cartaz Geral: cartaz para ser distribuído em locais de grande circulação de municípios participantes do programa.

107. Ademais, mencionando novamente a reserva técnica, ressalte-se que, com tal quantia, seria possível produzir pelo menos mais três vídeos Reels ou até mesmo inserir o curto da impressão e distribuição dos panfletos descritos acima:

AdServer	CPM: 7.330.000	R\$3.700,00	0,07%	0,33%
Redes Sociais / Inovadores Tecnológicos (Produção)	Investimento para mídia digital, contemplando diversos formatos nas redes sociais, como Meta, Facebook/Instagram, Youtube, TikTok	R\$412.000,00	8,37%	37,70%
SUBTOTAL PRODUÇÃO		R\$ 681.700,00	13,84%	100,00%
SUBTOTAL REDES SOCIAIS/INOVADORES TECNOLÓGICOS (PRODUÇÃO)		R\$ 412.000,00	8,37%	100,00%
SUBTOTAL MÍDIA		R\$ 4.322.634,50	77,73%	100,00%
RESERVA TÉCNICA		R\$ 73.918,10	1,50%	
TOTAL GERAL		R\$ 5.488.252,60		

108. Por fim, ressalta-se que o valor referente ao serviço de redes sociais/ inovações tecnológicas não foi incluído no total dos custos de produção, o que faz com que esse serviço fique fora da base de cálculo dos 100% do custo de produção.

AdServer	Custo referente à contratação de tecnologia adserver (entrega prevista de 7.330.000 impressões, sendo CPM: 7.330.000)	R\$3.695,00	0,07%	0,33%
Redes Sociais / Inovadores Tecnológicos (Produção)	Investimento para mídia digital, contemplando diversos formatos nas redes sociais, como Meta, Facebook/Instagram, Youtube, TikTok	R\$412.000,00	8,37%	37,70%
SUBTOTAL PRODUÇÃO		R\$ 681.700,00	13,84%	100,00%
SUBTOTAL REDES SOCIAIS/INOVADORES TECNOLÓGICOS (PRODUÇÃO)		R\$ 412.000,00	8,37%	100,00%
SUBTOTAL MÍDIA		R\$ 4.322.634,50	77,73%	100,00%
RESERVA TÉCNICA		R\$ 73.918,10	1,50%	
TOTAL GERAL		R\$ 5.488.252,60		

109. Ou seja, são diversos os erros da Recorrida capazes de ensejar, ao menos, a redução de sua pontuação, que é o que ora se requer.

5. DOS PEDIDOS

110. Diante do exposto, requer-se:

- a) O recebimento do presente recurso, eis que tempestivo;
- b) O integral provimento do presente recurso a fim de que a Mene e Portella seja desclassificada do certame em razão do incontestado descumprimento das normas estabelecidas no Edital;
 - b.1. Caso assim não se entenda, o que se admite apenas a título de argumentação, pleiteia-se pela redução da pontuação atribuída à Mene e Portella, com base nos fundamentos retromencionados;
- c) O integral provimento do presente recurso fim de majorar a nota atribuída à proposta técnica Calia, em razão da aplicação de critérios subjetivos que extrapolam os critérios estabelecidos no edital; pela fundamentação deficiente, que impossibilitou o contraditório e pelas demais razões esboçadas no decorrer desse recurso.

- d) Caso esse não seja o entendimento, o que se admite apenas a título de argumentação, pleiteia-se pelo envio do processo à autoridade superior competente.

Nesses termos,
Pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 12 de maio de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **GUSTAVO MOUCO**
Data: 12/05/2025 12:01:06-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

CALIA | Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA
GUSTAVO MOUCO
Representante Legal