



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO
À Comissão de Contratação

Ref. CONCORRÊNCIA Nº 01/2025

CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 57.863.854/0001-19, estabelecida na Eugênio de Medeiros, nº 303, 8º andar, Pinheiros, São Paulo/SP – CEP: 05425-133, vem, respeitosamente, através deste, com fulcro no artigo 165, § 4º, da Lei 14.133/21, interpor o presente instrumento de

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interpostos pelas empresas FATOR F – INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO e PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pelos fundamentos de fato e de direito a seguir expostos.

**DA PRELIMINAR*****– Da indisponibilidade dos documentos de habilitação do Consórcio CULTSP:***

Preliminarmente, imperioso anotar que não foi disponibilizada a documentação de habilitação apenas da empresa classificada em primeiro lugar, Consórcio CultSP, o que impossibilita a correta análise da habilitação.

Dessa forma, requer seja o documento disponibilizado com a máxima urgência, e seja concedido novo prazo recursal para eventual desconformidade dos documentos apresentados.

– Da necessária imparcialidade e do conflito de interesses na composição da Banca Avaliadora:

Necessário se faz questionar a Comissão quanto a veracidade dos graves fatos apontados no recurso da licitante PARTNERS, especialmente no que tange à composição da Banca Avaliadora e aos evidentes indícios de conflito de interesses que, se confirmados, maculam irremediavelmente a higidez do certame.

Conforme exaustivamente demonstrado no recurso, as Sras. Jamily Normando Amaral e Ana Nery de Farias, integrantes da Banca Avaliadora, possuem vínculos profissionais recentes com a empresa FSB Comunicação, a qual participa da concorrência por intermédio do Consórcio CultSP, classificado em primeiro lugar.

É de extrema preocupação que uma das avaliadoras, Sra. Jamily Normando Amaral, tenha atuado profissionalmente pela FSB Comunicação até setembro de 2024 e, inclusive, a tenha representado ativamente em licitação promovida pela mesma Secretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo.



Tal situação configura um conflito de interesses que transcende a mera potencialidade, atingindo um nível de gravidade que compromete a lisura e a credibilidade do processo avaliativo.

Isso porque, a conduta da Administração na escolha da Banca Avaliadora, ao permitir a participação de membros com tais vínculos, desrespeita frontalmente os princípios basilares da Administração Pública, consagrados no art. 37, caput, da Constituição Federal, e reiterados no art. 5º da Lei nº 14.133/2021.

Ademais, a situação descrita colide diretamente com o **Decreto Estadual nº 69.474/2025**, que trata do conflito de interesses na Administração Pública do Estado de São Paulo.

Com efeito, é inegável que a existência de tal conflito de interesses, mesmo que potencial, ganha contornos de absoluta gravidade quando o Consórcio CultSP, vinculado às avaliadoras, alcança o primeiro lugar na classificação técnica com uma pontuação substancialmente superior às demais, a ponto de esvaziar o fator de peso do preço. Tal resultado material, em um contexto de vínculos tão próximos, "afasta de modo absoluto a legitimidade do processo", conforme bem salientado pela Recorrente PARTNERS.

A participação de indivíduos em situação de conflito de interesses na Comissão Julgadora compromete a neutralidade e a imparcialidade exigidas, ensejando a suspeita de favorecimentos diretos ou indiretos e, por conseguinte, a total falta de credibilidade na análise técnica realizada.

A jurisprudência e a doutrina são unânimes em prever que atos administrativos que violem princípios essenciais da Administração Pública ou disposições legais explícitas são passíveis de nulidade. A ausência de imparcialidade e a presença de conflito de interesses na composição da Banca



Avaliadora representam um vício insanável no ato de julgamento das propostas, com repercussão direta no resultado do certame.

Diante do exposto, e em conformidade com o que foi amplamente detalhado no recurso, esta licitante endossa integralmente que, em sendo verdadeiros os fatos apontados, a necessidade de anulação dos atos praticados pela Banca Avaliadora e a consequente revisão da composição desta, para que o processo licitatório possa prosseguir com a transparência, a legalidade e a moralidade, é o que se espera da Administração Pública.

Isso porque, a manutenção de um resultado obtido sob a sombra de um conflito de interesses tão patente põe em risco a segurança jurídica, a confiança dos administrados e a própria legitimidade das contratações públicas, podendo gerar graves repercussões nos âmbitos interno e externo de controle.

DOS FATOS

A empresa CDN participou da licitação em epígrafe cujo objeto cuida da contratação, por técnica e preço, de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa integrada, conforme as especificações constantes do Edital e do Termo de Referência.

Em relação ao julgamento das propostas técnicas, o colegiado julgador proferiu sua decisão e, ato contínuo, divulgou a nota final. Aberto o prazo para interposição de Recurso, as empresas FATOR F e PARTNERS ofereceram suas peças recursais.

Ocorre que, no conteúdo dos recursos administrativos, há uma série de alegações e impropriedades que afetam diretamente a órbita de interesses



jurídicos da CDN, razão pela qual o presente instrumento de contrarrazões destinar-se-á a contrapor tais pontos, vejamos:

Do Recurso interposto pela empresa FATOR F

A alegação de que a proposta da empresa CDN apresenta "fragilidades significativas" não consideradas pela Comissão Julgadora é equivocada e demonstra uma interpretação restritiva e superficial dos requisitos do Edital e da natureza de uma proposta técnica em um certame de alta complexidade.

As notas atribuídas à CDN, que a posicionaram entre as três primeiras, são o reflexo direto da excelência, abrangência e aderência da sua proposta aos termos do Edital.

A FATOR F afirma que há, na proposta da CDN, "*Ausência de Plano de Comunicação Digital Estruturado*" e cita a ausência ainda de: "*Definição de plataformas prioritárias*"; *Proposta de calendário editorial*; *Segmentação de públicos digitais*; *Estratégias de narrativa adaptadas a cada canal*; *Fluxo de produção de conteúdo digital ou lógica operacional para redes*."

Referida crítica, ignora a distinção fundamental entre um plano estratégico de comunicação e um plano operacional.

Ora, na página 9 do Plano de Ação, citamos expressamente que: "O planejamento, gestão e criação de conteúdo para as mídias sociais, na nossa estratégia de presença digital, utiliza as redes ativas da SCEIC (Instagram, TikTok e LinkedIn)" e mais adiante, descrevemos nossas propostas de conteúdos com webseries destinadas a públicos digitais diversos e com definição de plataformas, além da calendarização dessas publicações, como alguns exemplos abaixo, presentes em nosso plano:



- **Profissões:** Série de 6 reels de até 2 minutos no Instagram com depoimento de alunos, ex-alunos, professores e participantes do CULTSP PRO de cada uma das seis áreas temáticas do programa sobre desafios, superações, mudança de vida, aprendizado, mercado de trabalho e perspectiva para o futuro, com uma edição ágil, trilha sonora e acessibilidade. Frequência: 1 episódio por semana.
- **Desafio Que profissão é essa?** Profissionais e professores apresentam pistas sobre carreiras abrangidas por cada uma das seis áreas temáticas, no estilo “5 tarefas que esse profissional faz”. Os participantes tentam acertar de qual profissão se trata. A resposta é apresentada horas mais tarde. Produção: 6 vídeos. Frequência de publicação: 1 vídeo por semana. Publicação: Stories/Instagram.
- **5 passos pra chegar lá:** Série semanal para o TikTok que apresenta professores, profissionais e personalidades revelando dicas de como se dar bem em áreas da economia criativa. Exemplo: 5 dicas para criar o melhor game do mundo, 5 exercícios para perder o medo do palco. Total: 6 episódios. Frequência: 1 por semana.
- **MinutoPRO:** Série para o TikTok que convida um professor para encarar o desafio de dar uma aula sobre determinado tema em apenas um minuto. Os conteúdos percorrem as escolas e temas do CULTSP PRO. Exemplo: MinutoPRO Teatro, MinutoPRO Cinema, MinutoPRO Patrimônio. Total: 6 episódios. Frequência: eventual.
- **Diálogos Criativos:** Quinzenalmente, apresentaremos no LinkedIn uma entrevista com pessoas que fazem a economia criativa mover o Estado de São Paulo: empregadores, especialistas, autoridades e ex-alunos com histórias de sucesso envolvendo o CULTSP PRO. A gravação pode ser feita nos estúdios da SECOM, em forma de podcast, e apresentada em cortes especiais. O conteúdo também pode ser enviado para rádios e portais.
- **Artigos especiais:** Quinzenalmente, o perfil da SCEIC no LinkedIn trará um texto sobre políticas públicas e ações inovadoras,



assinado pelos porta-vozes da economia criativa indicados pela Secretaria.

- ***Um minuto de paz:*** Para esta ação no TikTok convidaremos profissionais ligados ao CULTSP PRO para criar vídeos em que eles reagem aos percalços de sua profissão, mas sempre com uma mensagem positiva no final (estilo “apesar de tudo isso, eu amo o que faço”). Exemplo: *Designer não tem um minuto de paz. O vídeo mostra um profissional reagindo com expressões indignadas a frases como “meu sobrinho faz pela metade do preço” e “ficou ótimo, mas pode fazer tudo de novo?”. Na metade do vídeo, a postura muda. “Apesar de tudo, eu amo o que faço”, seguido por uma sequência de frases otimistas (“tem emprego em todo lugar”, “tem muita inovação”) acompanhadas de uma expressão positiva do personagem. Ao final, o vídeo convida o espectador a conhecer o CULTSP PRO.*
- ***A gente te explica:*** Semanalmente, abriremos caixinhas de perguntas nos stories para que as pessoas tirem dúvidas, elogiem ou critiquem o programa. As melhores participações passarão por uma curadoria e as interações escolhidas serão publicadas em um tom bem-humorado. Publicação: stories, com destaque no perfil.

Ainda assim, não é necessário que o produto especifique em que mídias o conteúdo produzido será disponibilizado, como pede o recurso da FATOR F. De resto, o produto é aberto a qualquer formato, não sendo especificada uma linha editorial única ou limitadora da criatividade. O formato proposto dialoga com diversas plataformas que são frequentadas por jovens, público-alvo fundamental na estratégia de comunicação.

A FATOR F, em sua busca por um melhor posicionamento na nota técnica, tenta desqualificar o detalhamento das ações – como as mencionadas anteriormente –, alegando superficialidade na estratégia, o que, no entanto, não encontra sustentação.



Ademais, estratégia e as soluções de comunicação institucional propostas pela CDN estão em consonância com o objetivo de comunicação estabelecido no Desafio de Comunicação:

Promover o CULTSP PRO. O projeto deve refletir as práticas atuais da comunicação 360º, de forma integrada, abrangendo tanto as mídias tradicionais quanto as tecnologias digitais.

A proposta da CDN traz soluções ligadas ao ambiente digital (que inclui redes sociais e perfis de influenciadores parceiros) e a mídia tradicional, além de parceria entre secretarias como a Secom, estando todas elas vinculadas aos produtos e serviços indicados pela SCEIC. Ou seja, a CDN elaborou um plano de comunicação que se articula com as demais capacidades de comunicação e relacionamento da SCEIC, atuando em sinergia.

A FATOR F persiste na alegação de '*Ausência de Estratégias Criativas Consistentes*' em nossa proposta, mencionando especificamente a ausência de '*campanhas, conceitos, ideias-força*'.

Causa estranheza tal apontamento, uma vez que nossa proposta, **já na página 7**, estabelece e detalha o conceito estratégico central '**A Criatividade Move São Paulo**', sintetizado na hashtag **#CriatividadeMovesP**. A existência clara e proeminente deste elemento desde as primeiras páginas do documento evidencia a inconsistência da crítica e sugere uma análise incompleta da documentação."

A capacidade criativa da CDN não se manifesta na entrega de conceitos finalizados nesta fase, mas sim na **inteligência estratégica para conceber e executar soluções de comunicação que gerem engajamento e visibilidade**, o que foi devidamente reconhecido pela Comissão Julgadora.

Novamente, a FATOR F tenta confundir as avaliadoras afirmando que a proposta da CDN *"é visivelmente mais voltada à manutenção institucional do que*



à *ativação social e territorial*”. Tal afirmação é uma deturpação do escopo da proposta.

A FATOR F persiste na crítica de que nossa proposta carece de *'Mecanismos de mobilização social; Propostas para territórios periféricos ou públicos vulneráveis; Estratégias de escuta e construção de narrativa colaborativa.'*

No entanto, uma simples revisão do descritivo de nossas ações, incluindo as já citadas, evidencia que essa afirmação não encontra respaldo. Como um exemplo prático que refuta categoricamente essa alegação, destacamos a seguinte ação proposta em nosso plano:

***Fazedores de Cultura:** Quinzenalmente, nosso time convidará profissionais da economia e indústria criativas para conversar com professores e alunos do CULTSP PRO sobre como é viver da cultura, os desafios e as alegrias vividas por eles em seu trabalho. Sempre que possível, esse conteúdo será captado no Complexo Oswald de Andrade ou em instalações onde estejam sendo ministrados cursos no interior/litoral. O material será gravado com celular, com um tom informal de diálogo com o espectador e cortes rápidos. No primeiro vídeo, convidaremos a atriz e cantora de musicais Myra Ruiz, já contactada por nossa agência, para fazer um tour pelo edifício Oswald de Andrade e conversar com artistas e alunos. Ao fim, entrevistador e entrevistado fazem um convite para as pessoas conhecerem o CULTSP PRO.*

Esta ação demonstra o compromisso da CDN com a **mobilização social** e a atenção a **públicos e territórios diversos**, desmentindo as alegações da Recorrente.

Do Recurso interposto pela empresa PARTNERS



A Recorrente/PARTNERS alega que, em relação ao **Subquestito 2 – Plano de Ação – Estratégia de Relacionamento com a mídia**, a nota conferida à CDN “*é desproporcionalmente alta. O edital exige apresentação clara e estratégica*”.

A alegação não procede, já que a estratégia está explicitamente detalhada no texto, conforme os excertos abaixo:

“(...) Produção de material como releases, documento de perguntas e respostas (Q&A), briefings, notas reativas, mapa de ternas sensíveis, além de levantar histórias e personagens para captação de imagens em vídeo, bem como a produção, seleção, edição de fotografias e gestão do banco de imagens (...)

“(...) Antes do anúncio da programação do segundo semestre e do balanço, sugerimos a realização de encontros de relacionamento entre os porta-vozes da Secretaria e a cúpula das redações dos veículos Tier 1 identificados no planejamento geral de comunicação, que devem incluir Valor Econômico, Exame, Estadão, Folha e O Globo (...)”

A estratégia e as soluções de comunicação institucional propostas pela CDN estão em consonância com o objetivo de comunicação estabelecido no Desafio de Comunicação do certame.

Ademais, das páginas 10 a 14, a CDN descreve as soluções ligadas ao ambiente digital e mídia tradicional que estão vinculadas aos produtos e serviços indicados pela SCEIC. Ou seja, a CDN elaborou um plano de comunicação que articula com as demais capacidades de comunicação e relacionamento da Secretaria, atuando em sinergia.

Em sua discordância com a avaliação apresentada na nota técnica, a PARTNERS busca apontar supostas falhas na proposta da CDN que, no entanto, não foram identificadas, conforme detalhado a seguir:



***Subquesto 6 – Identificação de riscos à imagem:** no que se refere a este subquesto, observa-se **também incoerência entre as justificativas**. As observações feitas pelas avaliadoras **Natacha** (fragilidade na resposta às crises) e **Jamily** (sugere que faltou demonstrar conexão mais forte com o impacto econômico) deveriam ter influenciado de forma mais significativa na nota final. Assim, entende-se que as pontuações concedidas devem ser revisitadas e reduzidas, a fim de refletirem de forma proporcional as deficiências técnicas efetivamente identificadas.*

No que concerne à análise da avaliadora Jamily, foi observado o apontamento de que 'há uma oportunidade de fortalecer a conexão do programa com o desenvolvimento econômico do estado'. Contudo, ressalta-se que o subquesto em questão destina-se especificamente à avaliação dos **Riscos à Imagem**. Desta forma, compreende-se que a inclusão de uma análise baseada em oportunidades não se alinha ao escopo e aos critérios estabelecidos para este item.

Adicionalmente, considera-se que o pleito de revisão e redução de notas formulado pela parte recorrente carece de fundamentação técnica ou factual que justifique a alteração das avaliações realizadas, o que configura uma contestação desprovida de embasamento ao rigoroso julgamento das avaliadoras.

Com efeito, a solicitação de revisão e redução das notas atribuídas à CDN é **descabida e desprovida de qualquer fundamento técnico ou factual**, devendo ser integralmente rejeitada.

DO PEDIDO

Diante do exposto, requer seja **NEGADO PROVIMENTO** ao Recurso Administrativo interposto pelas empresas **FATOR F – INTELIGÊNCIA EM**



COMUNICAÇÃO e PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, especialmente, no tocante aos argumentos que dizem respeito à empresa **CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.**, uma vez que não procedem os fundamentos legais lançados na peça recursal.

Requer, ainda, sejam devidamente apurados os fatos apontados em face das Sras. Jamily Normando Amaral e Ana Nery de Farias, integrantes da Banca Avaliadora, bem como, sejam disponibilizados os documentos de habilitação do Consórcio SECULT, com a devida devolução do prazo recursal no tocante a habilitação desse consórcio, na eventual hipótese de ter argumentos válidos.

Termos em que.

P. e E. Deferimento.

São Paulo, 11 de julho de 2025.

CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA

RICARDO JOSÉ IUNES JUNIOR

CPF 272.667.368-62