

**À COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**

Referência: Concorrência nº 01/2025

Consórcio CultSP, representado pelas licitantes **FSB DIVULGAÇÃO LTDA**, agora denominada **AXIS ESTRATÉGIA EM COMUNICAÇÃO LTDA**, e **FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA** já devidamente qualificado nos autos do procedimento licitatório em epígrafe, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fulcro no item 9,7. do Edital, apresentar

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interpostos pelas licitantes Partners Comunicação Integrada Ltda e Fator F – Inteligência em Comunicação, em razão do resultado do julgamento das habilitações no procedimento licitatório em epígrafe, pelas razões a seguir delineadas.

I. BREVE SÍNTESE FÁTICA

1. A Secretaria de Comunicação do estado de São Paulo – SECOM-SP publicou o Edital da Concorrência nº 001/2025, do tipo “Técnica e Preço”, visando à contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação institucional.
2. Assim, recebidos os invólucros das licitantes em sessão pública e julgadas as propostas técnicas, obteve-se a seguinte classificação:

¹ Considerando-se que o teor dos recursos administrativos interpostos foi disponibilizado no dia 7 de julho de 2025 (segunda-feira), o prazo de 3 (três) dias úteis para impugná-los, conforme previsto no item 9.7. do Edital, teve início no dia 8 de julho de 2025 (quinta-feira), encerrando-se, por conseguinte, no dia 10 de julho de 2025 (quinta-feira). Afiguram-se, portanto, plenamente tempestivas a presentes Contrarrazões, eis que submetidas nesta data.

AVALIAÇÃO DA BANCA - CLASSIFICAÇÃO			
POSICÃO	LICITANTES	Média	Classificação
1º	CONSÓRCIO CULTSP	63,69	70,00
2º	IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	53,43	58,73
3º	FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.	50,22	55,19
4º	CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.	49,07	53,93
5º	C.A. DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (TRIO)	45,28	49,76
6º	PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.	44,05	48,42
7º	PROS AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	40,45	44,46

3. Posteriormente, abertas as propostas de preços e calculadas as respectivas notas, obteve-se:

NOTA DA PROPOSTA DE PREÇO - NPP = (MP/P) x 30 ITEM 8.11.			
POSICÃO	LICITANTES	PREÇO	NPP
1º	PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.	R\$ 5.521.461,69	30,00
2º	CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.	R\$ 5.674.423,44	29,19
3º	CONSÓRCIO CULTSP	R\$ 6.599.351,50	25,10
4º	FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.	R\$ 8.249.194,98	20,08
5º	C.A. DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (TRIO)	R\$ 8.828.289,90	18,76
6º	PROS AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	R\$ 9.837.028,07	16,84
7º	IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	R\$ 10.119.011,40	16,37

4. Por fim, realizado o cálculo da Nota Final, foi encontrada a classificação final, qual seja:

NOTA FINAL - NF = IPPT + NPP ITEM 8.12.				
POSICÃO	LICITANTES	IPPT	NPP	NF
1º	CONSÓRCIO CULTSP	70,00	25,10	95,10
2º	CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.	53,93	29,19	83,12
3º	PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.	48,42	30,00	78,42
4º	FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.	55,19	20,08	75,27
5º	IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	58,73	16,37	75,10
6º	C.A. DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (TRIO)	49,76	18,76	68,53

5. Em seguida, foram recebidos e analisados os documentos de habilitação das licitantes classificadas, oportunidade em que se constatou que todas as empresas estavam habilitadas.

6. Contudo, irressignada com esse resultado, a Partners Comunicação Integrada Ltda. interpôs recurso com a finalidade de anular os atos praticados pela banca avaliadora, alegando suposto conflito de interesses e, subsidiariamente, pleiteando pela revisão das notas técnicas – almejando tanto o aumento da nota atribuída à sua proposta quanto a redução das notas conferidas às empresas In Press e Fator F, além do Recorrido.

7. Já a recorrente Fator F – Inteligência em Comunicação, também insatisfeita com o resultado do procedimento licitatório em comento, sustentou que houve suposto desvio nos critérios objetivos de julgamento, pleiteando, ao fim, pela majoração da nota que lhe fora atribuída e pela redução da pontuação referente ao Consórcio ora Recorrido e à empresa Partners Comunicação Integrada Ltda.

8. Contudo, malgrado o esforço das Recorrentes, a proposta apresentada pelo Recorrido é hígida e perfeitamente sintonizada com os comandos do Edital e da legislação vigente, razão pela qual a negativa de provimento dos referidos recursos administrativos é medida que, desde já, se impõe, nos termos do que será demonstrado detidamente a seguir.

II. RAZÕES PARA NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO DA PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

a. ACUSAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSES - PRECLUSÃO E NÃO OCORRÊNCIA

9. **Em 12 de fevereiro de 2025**, foi publicado no Diário Oficial do estado de São Paulo, mais precisamente em sua página 162, a Resolução SECOM nº 02 de 11 de fevereiro de 2025, que, dentre outros provimentos, **designou os membros da Comissão de Contratação e os membros da Banca Julgadora**, responsáveis pela avaliação e pelo julgamento das propostas técnicas e documentos relacionados à participação das licitantes no presente certame.

**DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Publicado na Edição de 12 de Fevereiro de 2025 | Caderno Executivo | Seção Atos Normativos

RESOLUÇÃO SECOM Nº 02, DE 11 DE FEVEREIRO DE 2025

Designa membros para atuarem na Comissão de Contratação e na Banca Julgadora da Proposta Técnica da licitação para a Prestação de Serviços de Comunicação Corporativa Integrada para a Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, nos termos dos artigos 7º e 8º da Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, artigo 3º do Decreto Estadual n.º 68.220, de 15 de dezembro de 2023 e § 1º do artigo 8º do Decreto n.º 66.019/21.

A **SECRETÁRIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO**, no uso das competências que lhe são conferidas, e considerando, em especial, os artigos 7º e 8º da Lei Federal n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, artigo 3º do Decreto Estadual n.º 68.220, de 15 de dezembro de 2023 e § 1º do artigo 8º do Decreto n.º 66.019/21,

RESOLVE:

Artigo 1º- Ficam designados, para atuarem na licitação para a Prestação de Serviços de Comunicação Corporativa Integrada para a Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, como Comissão de Contratação, nos termos do § 2º do artigo 8º da Lei Federal 14.133/2021, os membros abaixo relacionados:

- I. Juliana Gonçalves dos Santos (Presidente) - RG 34.566.540-5;
- II. Roberta Leme Schiazza (Membro) – RG 43.764.962-3;
- III. Joseane Gonçalves de Souza (Membro) – RG 32.109.045-7;
- IV. Maria Regina Bucco (Membro) – RG 4.773.376-7, representante da sociedade civil, em cumprimento do § 1º do artigo 8º do Decreto n.º 66.019/21.

Artigo 2º- Ficam designados, para atuarem na licitação para a Prestação de Serviços de Comunicação Corporativa Integrada para a Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, como Banca Julgadora da Proposta Técnica, nos termos do inciso II e § 1º do artigo 37 da Lei Federal n.º 14.133/2021, os membros abaixo relacionados:

- I. Jamily Normando Amaral - RG 21.210.781-7;
- II. Ana Nery de Farias – RG 29.120.569-0;
- III. Natacha Kawanishi Mazzaro - RG 48.852.807-0.

Artigo 3º- Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

LAIS VITA

10. Conforme se verifica, foram nomeados para integrar a Comissão de Contratação: Juliana Gonçalves dos Santos (Presidente), Roberta Leme Schiazza (Membro), Joseane Gonçalves de Souza (Membro) e Maria Regina Bucco (membro representante da sociedade civil). Já para a Banca Julgadora da Proposta Técnica, foram nomeadas Jamily Normando Amaral, Ana Nery de Farias e Natacha Kawanishi Mazzaro.

11. Ocorre, no entanto, que entre 12 de fevereiro de 2025, data da nomeação das referidas integrantes da Comissão de Contratação e Banca Julgadora das Propostas Técnicas, ocorreram duas sessões previstas em edital, sendo a primeira no dia 10 de abril de 2025 e a segunda, no dia 26 de junho.

12. Contudo, não houve **qualquer** manifestação nem da Recorrente e nem de nenhuma outra licitante no sentido de não concordar com os nomes apontados sob o fundamento de suposto conflito de interesses.

13. Na primeira sessão – quando as propostas foram recebidas, mas ainda não haviam sido encaminhadas para a banca julgadora – questionou-se se as licitantes tinham algo a manifestar, mas a resposta foi negativa, de modo que também **não houve qualquer irresignação da Recorrente quanto à nomeação das senhoras Jamily Normando Amaral e Ana Nery de Farias**, para composição da Banca Julgadora:

membros da Comissão de Contratação. A presidente da Comissão de Contratação perguntou se havia alguma observação ou questionamento para constar nesta ata, ao que foi respondido negativamente. Não havendo nada mais a ser registrado, a presidente da Comissão de Contratação informou aos presentes que convocará por intermédio de Publicação no Diário Oficial do Estado de São Paulo as licitantes para participar da segunda sessão pública ocasião em que proclamará o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas e dará continuidade aos trabalhos na forma prevista no instrumento convocatório. Nada mais havendo a registrar, a presidente da Comissão de Contratação encerrou a reunião, da qual foi lavrada a presente ata, que segue assinada.


JULIANA GONÇALVES DOS SANTOS
PRESIDENTE


ROBERTA LEME SCHIAZZA
MEMBRO

14. Ora, curiosamente, **a Recorrente só se lembrou de alegar o suposto conflito de interesse após ter acesso à sua nota no procedimento licitatório em comento**, o que demonstra que a alegação está estritamente vinculada ao resultado que alcançou, que não lhe foi favorável.

15. A argumentação é tão fantasiosa, que a Partners tenta jogar a culpa no Consórcio ora Recorrido por não se manifestar a esse respeito, a saber: *"Tal situação era, comprovadamente, conhecida pelas empresas do Consórcio CultSP, que se mantiveram em*

silêncio, e pela Secretaria de Comunicação, que escolheu a composição da Banca Avaliadora sem avaliar potenciais conflitos de interesses [...]”.

16. Nesse ponto, é importante ressaltar o seguinte: é claro que o Consórcio não se manifestou, até porque ambas as profissionais não possuem mais vínculo com qualquer empresa da FSB Holding e não haveria base jurídica para se manifestar, pois não há quaisquer dispositivos legais que impeçam uma pessoa de continuar seguindo sua vida profissional.

17. Desse modo, se a Partners estava incomodada, deveria ter se manifestado em momento oportuno, antes mesmo do julgamento das propostas técnicas. Aliás, **sua alegação intempestiva tangencia a má-fé, afinal, se a licitante tivesse ficado em primeiro lugar, levantaria esse mesmo apontamento?**

18. Veja-se que, em cada uma das fases do presente certame, foi concedida a oportunidade para que os interessados se manifestassem quantos aos atos que eventualmente considerassem inadequados. No entanto, ressalta-se que, uma vez superada uma etapa, é vedado aos licitantes discutir assuntos referentes a fases pretéritas, em razão do instituto da preclusão.

19. Instituto esse que visa garantir a segurança jurídica, impedindo que questões já consolidadas sejam reabertas a qualquer tempo, como pretende a Recorrente, com o claro e nítido intuito de tumultuar o andamento do certame.

20. É evidente, portanto, que precluiu o seu direito de trazer essa alegação aos autos. Ademais, mesmo que não fosse caso de preclusão, o que se admite apenas a título de argumentação, deve-se ressaltar que não há qualquer vício que comprometa a higidez e a lisura do processo. Não há nenhum fundamento legal que estabeleça impedimento de que a empresa participe de uma licitação pois, na Banca Julgadora, há um ex-funcionário.

21. A argumentação da Recorrente, portanto, carece de base legal, eis que sequer conseguiu comprovar qualquer suposto vínculo que ensejaria o referido conflito de interesses.

22. Aliás, importante salientar que a FSB Holding, notadamente reconhecida como uma das empresas que mais empregam no setor, possui mais de 2.500 (dois mil e quinhentos) profissionais, de modo que é completamente inviável ficar mapeando o que cada um deles faz ao se desligar das empresas.

23. As alegações da Recorrente, então, carecem de fundamento e certamente desconsideram a dinâmica já conhecida do mercado de comunicação.

24. É comum e natural a alta rotatividade de profissionais entre agências, veículos de imprensa, órgãos públicos e clientes, sendo impossível afirmar que tais cenários, por si só, configurem eventual impedimento ou conflito de interesses. Ademais, o que garante que um ex-colaborador possui apreço pela empresa?

25. Somado a isso, é imperioso ressaltar que as Sras. Jamily Normando Amaral e Ana Nery de Farias não mantêm qualquer relação jurídica, comercial, trabalhista ou financeira atual com a FSB Holding. O simples fato de terem atuado na empresa em períodos anteriores (Jamily Normando Amaral - 06/02/2023 a 23/08/2024 e Ana Nery de Farias - 09/12/2020 a 30/04/2022) não as vincula a decisões, estratégias ou métodos de atuação corporativa atuais.

26. A insinuação de que a experiência prévia *"as tornaria alinhadas aos métodos da empresa"*, portanto, não encontra fundamento na realidade, uma vez que seguiu desabastecida de qualquer prova de influência ou privilégio ao Consórcio Recorrido no julgamento das propostas técnicas encaminhadas. Ressalta-se que a nota técnica atribuída ao Recorrido foi fundamentada em critérios estritamente objetivos, conforme demonstrado no detalhado relatório de avaliação emitido pela Banca Julgadora.

27. Ademais, insta salientar que a nomeação foi feita pela própria SECOM, órgão público e imparcial, e não pela FSB Holding.

28. Por fim, ressalta-se que as acusações irresponsavelmente emitidas pela Recorrente beiram o crime de calúnia, insinuando claramente *"fraude ou parcialidade da Comissão Julgadora"*, sem apresentar uma única prova concreta sequer que justifique a referida alegação.

29. Ao insinuar que duas profissionais cujas trajetórias são públicas e ilibadas – tanto é que se encontrou com facilidade o histórico de atuação de ambas – agiram com viés deliberado, a Partners desrespeita não apenas a SECOM, mas todo o sistema de licitações.

30. Em vista do que fora apresentado, impõe-se à SECOM o dever de não tolerar tentativas levianas de desmoralização de sua Banca Julgadora, sustentadas em meras suposições e conjecturas, sem qualquer lastro probatório, motivo pelo qual o recurso da Partners deve ser improvido.

b. DO PEDIDO DE REDUÇÃO DA NOTA ATRIBUÍDA A RECORRIDA - FUNDAMENTOS PAUTADOS NA SUBJETIVIDADE

31. Não bastasse a ilação retromencionada, a Recorrente alegou que a análise das notas conferidas ao Consórcio ora Recorrido evidencia *"que diversas vulnerabilidades não foram devidamente consideradas, comprometendo a plena aderência aos critérios do edital"*, motivo pelo qual requereu a redução da pontuação que lhe fora atribuída.

32. Isso porque, segundo a Recorrente:

No tocante ao Quesito 1 – Subquesito 1 – Raciocínio Básico, observa-se que a média da nota atribuída ao Consórcio CultSP foi de 9,66, considerando-se o limite máximo de 10 (dez) pontos para o referido subquestão.

Contudo, tal pontuação revela-se desproporcional diante das inconsistências identificadas, o que justificaria uma nota inferior, caso os critérios previstos no edital tivessem sido observados com o mesmo rigor aplicado à avaliação da proposta da Recorrente.

A altíssima nota conferida ignora totalmente óbvias falhas no desenvolvimento da proposta técnica da concorrente, dos quais destacamos os itens a seguir:

- **Limitação na profundidade analítica e coerência lógica:** embora o texto compile diversas informações do briefing do edital, sua estrutura se aproxima mais de uma apresentação de dados dispersos do que de uma "pormenorização" da compreensão interligada exigida. [...]

- **Consistência das relações de causa e efeito:** a proposta não estabelece de forma explícita e fluida a conexão direta entre a mencionada "abordagem mais liberal e empreendedora" da política cultural e a formulação da estratégia de comunicação do CULTSP PRO. [...]

33. Ora, nesse contexto, de início, há que se ressaltar que essa é uma opinião subjetiva esboçada pela Recorrente, evidentemente enviesada, uma vez que a licitante busca ser contratada e, para isso, precisa derrubar suas concorrentes.

34. Ademais, com efeito, no Subquesto 1- Raciocínio Básico, a proposta técnica do Recorrido dedica-se, com a devida extensão e profundidade, ao exame do papel institucional da Secretaria de Cultura, Economia e Indústria Criativas do estado de São Paulo, reconhecendo-a como vetor de articulação de políticas públicas nas dimensões cultural, social e econômica, em estrita consonância com o item 11.7.1 do Edital.

35. Identifica-se, portanto, a Secretaria como propulsora da economia criativa, fomentadora da interiorização, da descentralização das ações culturais e da profissionalização do setor, alinhamento este que se coaduna com a diretriz firmada no relatório "A Cultura no Coração das Políticas de Desenvolvimento", da UNESCO (2013), segundo a qual as políticas culturais devem ser integradas aos objetivos estratégicos de desenvolvimento sustentável.

36. A proposta técnica demonstra, ainda, a capilaridade da economia criativa paulista ao mapear a diversidade de iniciativas conduzidas pela pasta da cultura em múltiplas regiões e segmentos, apoiando-se, para tanto, na concepção de cultura formulada por Raymond Williams, para quem cultura é "um modo de vida total", abrangendo as práticas quotidianas e seus significados.

37. Assim, não há mera enumeração de dados dispersos, mas é esboçada uma estrutura argumentativa lógica, que articula diagnóstico, tese central e objetivos de comunicação, elementos que evidenciam a inexistência das supostas "*falhas de profundidade analítica*" e de "*coerência lógica*", equivocadamente apontadas pela Recorrente.

38. No que concerne ao conceito central "A cultura de SP ativou sua versão PRO", a Recorrente Partners sustenta, novamente sem êxito, uma suposta cisão entre o diagnóstico institucional, marcado por orientação liberal-empREENDEDORA da política cultural e a narrativa proposta.

39. Contudo, a construção argumentativa exposta na proposta, evidencia nexo direto entre o contexto institucional e a estratégia de comunicação delineada, demonstrando, de forma concatenada, que a referida orientação de gestão é precisamente o que legitima posicionar o CULTSP PRO como plataforma de profissionalização capaz de alavancar o capital simbólico do relevante setor cultural paulista.

40. A citada correlação, ademais, recebe respaldo teórico de Pierre Bourdieu, cujo estudo sobre "A Economia das Trocas Simbólicas" sustenta a possibilidade de mobilização do capital cultural para fins de inclusão e reconhecimento social.

41. Por fim, ainda sobre os apontamentos trazidos pela Recorrente quanto ao Subquestito 1 - Raciocínio Básico elaborado pela Recorrida, importante registrar que a proposta situa a atuação da Secretaria em cenário nacional e internacional de transformações socioeconômicas, destacando o avanço da economia criativa como resposta a um mundo em incessante mutação.

42. O texto, portanto, funda-se em premissas sólidas, ancoradas em referências acadêmicas reconhecidas e compatíveis com o escopo de uma licitação do tipo "Técnica e Preço", o que inegavelmente legitima a pontuação atribuída pela respeitável Banca Julgadora, afastando, por completo, a pretensão de revisão indevidamente suscitada pela Partners.

43. Não satisfeita, no entanto, a Recorrente também traz apontamentos sobre o Subquestito 2 - Estratégia de Relacionamento com a Mídia do Recorrido, afirmando que a nota que lhe fora atribuída não teria levado em consideração vulnerabilidades evidentes na proposta, que supostamente comprometem a plena aderência aos critérios estabelecidos no Edital.

44. Nesse sentido, a Recorrente afirma que teria havido "*Limitação de diferenciais criativos e inovadores na estratégia de mídia*", eis que "*embora a proposta apresente pilares*

estratégicos válidos, o detalhamento da "Estratégia de Relacionamento com a Mídia" (páginas 6-8) se assemelha mais a uma descrição de boas práticas de assessoria de imprensa convencional (consolidar narrativa, fortalecer porta-vozes, valorizar regional, atuar preventivamente) do que a um plano com "diferenciais criativos" ou "estratégias inovadoras" exigidos para uma comunicação 360°".

45. Contudo, registra-se que a proposta do Consórcio foi elaborada a partir de diagnóstico realista, que revelou a baixa notoriedade do CULTSP PRO, conforme corroborado por meio de pesquisa com 48 (quarenta e oito) jornalistas do segmento cultural.

46. A coleta e o tratamento dos dados demonstram inequivocamente o aprofundamento feito pela Recorrida, em vista da obtenção do real cenário avaliado.

47. Uma vez identificado o problema reputacional, a proposta se estruturou e dividiu em três camadas de inovação, quais sejam:

- a. Inovação no processo de consolidação da narrativa institucional:** a proposta apresentou um modelo baseado em construção coletiva da narrativa com as equipes técnicas da Secretaria, além da descentralização das fontes e ativação de vozes nos territórios. Este modelo representa uma ruptura com o modelo tradicional e centralizador. Trata-se, portanto, de um sistema que representa uma escuta ativa, alinhado às metodologias participativas de comunicação pública.
- b. Segmentação e personalização do relacionamento com veículos regionais e temáticos:** a estratégia demonstra a necessidade de se construir abordagens diferenciadas para públicos do interior, coletivos de cultura periférica, produtores culturais independentes e polos criativos fora do eixo capital. A proposta detalha a criação de press kits específicos, com recortes regionais e histórias de impacto, promovendo cobertura sensível às necessidades e realidades locais, algo que extrapola a prática convencional.
- c. Adoção de táticas de narrativas transmídia e "histórias públicas":** O plano inclui, de forma inovadora, a proposta de um banco de personagens reais do programa, com histórias de transformação que serão trabalhadas com a imprensa em formatos narrativos longos, colaborativos e emocionais.

Tal prática aproxima e conecta a cultura da lógica jornalística moderna do “storytelling cívico”, como propõe autores como Paulo Nassar e Margarida Kunsch (2002) e está em consonância com o conceito de “capital narrativo” defendido por Néstor García Canclini, em “Culturas Híbridas” (2013).

48. Por fim, cabe ressaltar que a estratégia prevê a **integração entre imprensa e influenciadores regionais**, a realização de “Encontros PRO com jornalistas e lideranças culturais” nos territórios e o uso de recursos híbridos de comunicação (podcasts, microdocumentários, newsletters) como suporte à cobertura da imprensa – todos recursos criativos e adequados à proposta de uma comunicação pública expandida.

49. Não bastasse isso, no entanto, a Recorrente passou a tratar do Subquestito 4 – Materiais a Serem Produzidos alegando que a pontuação atribuída ao Consórcio não reflete adequadamente a qualidade técnica do material proposto, uma vez que, sob sua ótica, teria havido confusão entre materiais e ações/serviços, pois a “lista de “Materiais a serem produzidos” (páginas 11-12) inclui diversos itens que são, na verdade, “serviços” ou “ações”, e não entregáveis tangíveis ou digitais”.

50. Contudo, a insurgência da Recorrente Partners, ao apontar pretensas “inconsistências significativas”, funda-se em leitura fragmentária do Edital e em interpretação restritiva do conceito de “materiais de comunicação”.

51. Com efeito, o item 11.7.1 do instrumento convocatório exige a apresentação dos materiais que suportarão a execução da estratégia. A expressão “materiais”, costumeiramente assim denominada em documentos técnicos de comunicação institucional e em normativas da administração pública e na literatura especializada, não se limita a peças gráficas ou digitais acabadas. Compreende, igualmente, entregáveis estruturantes, como planos editoriais, plataformas narrativas, kits de conteúdo, projetos de identidade visual, templates operacionais e relatórios interativos, insumos estes indispensáveis à consecução de uma política de comunicação 360°.

52. Nesse contexto, itens como “planejamento de comunicação integrada”, “gestão e criação de conteúdo para mídias sociais” e “monitoramento on-line” não constituem meros serviços rotineiros, mas produtos técnicos com metodologia, escopo e indicadores definidos, à semelhança do que se adota em contratos firmados por órgãos federais

(Ministério da Cultura, Secretaria-Geral da Presidência, Ministério da Saúde, Embratur, entre outros). A proposta da Recorrida, ademais, se diferencia por meio do uso de materiais operacionais contínuos, tais como:

- a.** materiais operacionais contínuos (relatórios visuais, dashboards);
- b.** materiais criativos de campanha (podcasts, microdocumentários); e
- c.** materiais de suporte à imprensa e influenciadores (press-kits temáticos, kits regionais, banco de histórias reais).

53. Tal organização evidencia completude, clareza e aderência aos pilares estratégicos da comunicação pública contemporânea, razão pela qual a pontuação conferida pela banca mostra-se legítima e exaustivamente motivada. Destarte, carece de amparo a pretensão recursal de redução da nota, devendo ser mantida, na íntegra, a avaliação técnica proferida.

54. Além disso, a Recorrente trouxe argumentos contra os termos do Subitem 5 – Oportunidade de Mídia Positiva do Recorrido, sob o fundamento de que haveria clara confusão entre o foco do que é solicitado e o que, de fato, é apresentado, pois *“embora o edital peça a pertinência com a atuação da CONTRATANTE por intermédio de sua Assessoria de Comunicação, algumas partes das oportunidades parecem mais voltadas para o fortalecimento da imagem geral da Secretaria (CultSP) do que especificamente do CULTSP PRO, que é o foco central do exercício criativo”*.

55. Todavia, é importante mencionar que o instrumento convocatório determinou que as oportunidades de mídia devem evidenciar a atuação da Contratante “por intermédio de sua Assessoria de Comunicação”, expressão que demonstra, de forma inequívoca, ações, projetos e programas conduzidos pela Pasta, e não apenas um deles.

56. O CULTSP PRO é, por óbvio, prioridade estratégica, todavia, ele não se dissocia da política pública cultural mais ampla nem pode ser comunicado como iniciativa isolada sem prejuízo de sua compreensão pelo público-alvo.

57. Nesse sentido, o Consórcio compreende corretamente que valorizar a imagem institucional da CultSP é condição necessária para fortalecer a reputação e a visibilidade

do CULTSP PRO, uma vez que o programa não existe de forma isolada, mas como desdobramento direto da política pública conduzida pela secretaria.

58. A proposta é intencional e estratégica ao articular pautas que ampliam o entendimento público sobre o que é o CULTSP PRO, vinculando-o a um ecossistema maior de inovação e políticas públicas culturais. Como indica a proposta, um dos desafios centrais é tornar o CULTSP PRO mais conhecido e compreendido – e isso se faz por meio de narrativas que situem o programa dentro da política cultural estadual.

59. A abordagem apresentada encontra respaldo teórico em Néstor Canclini (1995), que defende a valorização dos vínculos entre cultura institucional e práticas sociais; e em Pierre Bourdieu (1989), ao reconhecer que o fortalecimento simbólico de uma política depende da legitimação de sua estrutura promotora. Segue ainda coerente com o “Marco Estratégico da Comunicação Pública” (ENAP, 2021), que recomenda alinhar a visibilidade de programas públicos à identidade e às diretrizes institucionais dos órgãos responsáveis.

60. Dessarte, inexistindo traço de desconformidade técnica, novamente, deve ser rejeitado o pedido de redução da pontuação atribuída ao Recorrido, mantendo-se inalterada a avaliação proferida pela respeitável Banca Julgadora.

61. Por fim, em seu recurso incansavelmente protelatório, fundamentado em tópicos incoerentes que apenas demonstram o desespero da Recorrente em achar alguma coisa que desvalorize a proposta apresentada pelo Consórcio ora Recorrido, a Partners afirma que a pontuação atribuída ao seu concorrente no Subitem 6 – Identificação de Riscos à Imagem também precisa ser revista por supostamente apresentar inconsistências.

62. Inconsistências essas que, como dito anteriormente, baseiam-se no mero entendimento subjetivo da Recorrente, completamente enviesado e sem fundamento. Ora, a Partners questiona o fato de a avaliação de riscos estar lastreada, primordialmente, em pesquisa realizada pelo próprio Consórcio CultSP com 48 jornalistas da editoria de cultura.

63. Ocorre, no entanto, que esse procedimento constitui, justamente, um **diferencial técnico** da proposta, demonstrando domínio de metodologia e rigor na construção do diagnóstico situacional. A coleta de dados primários – prática recomendada pela literatura especializada (*Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, org. Jorge Duarte e

Antônio Barros, Atlas, 2.^a ed., 2006) – robustece o briefing fornecido pela Administração ao oferecer evidências concretas acerca da percepção do público-chave, permitindo antever lacunas de entendimento e potenciais ruídos reputacionais.

64. Ao contrário do que afirma a Recorrente e longe de representar inconsistência, o uso de pesquisa qualitativa dirigida configura **mérito metodológico** alinhado aos padrões contemporâneos da comunicação pública estratégica.

65. Também não procede a crítica de inexistência de “soluções convincentes” ou de “avaliação de implementação” para mitigação dos riscos identificados. O material elenca três vulnerabilidades centrais – (i) baixa notoriedade do CULTSP PRO, (ii) distorções de percepção sobre seu escopo e (iii) dificuldade de tradução da política em linguagem acessível – e, para cada uma delas, apresenta-se as seguintes propostas:

- a. explicita causas e efeitos potenciais;
- b. apresenta **contramedidas específicas**, a exemplo da elaboração de kits narrativos à imprensa, ativação de porta-vozes territoriais, roteiros regionais de visibilidade e monitoramento contínuo de menções negativas;
- c. detalha abordagens táticas (segmentação de públicos, integração de canais próprios, influenciadores e imprensa regional).

66. Ainda que redigidos de forma sintética – característica inerente a propostas técnicas, tais encaminhamentos estão operacionalizados nos eixos **EXISTIR, IMPACTAR e ENGAJAR**, previamente descritos no documento, contemplando ações de reposicionamento institucional, produção de provas sociais e construção de rede de confiança com a mídia local. Evidencia-se, pois, que a análise de riscos veio acompanhada de **planos de mitigação factíveis e mensuráveis**, justificando plenamente a pontuação de 8,83 atribuída pela Subcomissão Técnica, dos 10 pontos possíveis.

67. Portanto, resta evidente que nenhum dos argumentos trazidos no recurso da Partners merece prosperar, eis que a Recorrente apenas logrou demonstrar o seu desespero em derrubar a proposta do Recorrido, sem qualquer fundamento correspondente à realidade apto a isso. Assim, o total improvimento do recurso interposto é a medida que se impõe.

III. RAZÕES PARA NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO DA FATOR F

68. Além da Partners, a Fator F também recorre contra a proposta apresentada pelo Consórcio sob argumentos que demonstram claramente que houve uma leitura parcial e totalmente subjetiva da proposta encaminhada pelo Recorrido e, por consequência, carece de amparo técnico ou editalício.

69. A Recorrente inicia seu recurso afirmando que a proposta do Recorrido apresenta a ausência de uma estratégia de comunicação omnichannel, eis que a proposta se concentra quase exclusivamente em ações de assessoria de imprensa tradicional, com foco em “mobilização de imprensa com entrevistas, visitas a redações, pautas especiais e visibilidade na mídia espontânea”. Ou seja, a Fator F defente que a proposta do Recorrido possui uma abordagem centrada em veículos convencionais.

70. Contudo, logo no diagnóstico, o Recorrido estrutura o conceito “CULTSP PRO – a cultura de SP ativou sua versão PRO”, ancorado em análise de cobertura na imprensa, métricas dos canais digitais da Secretaria e pesquisa própria com quarenta e oito jornalistas especializados, conforme já delineado na defesa as alegações apresentadas pela Recorrente Partners, o que revela método e aderência ao objeto do certame.

71. A partir desse quadro, delineiam-se três eixos simultâneos – Consolidar, Impactar e Engajar – que servem de fio condutor a um conjunto robusto de iniciativas digitais: linha editorial permanente, séries documentais, podcasts, banco multimídia, “Papo PROCultura” com influenciadores, reels semanais, lives mensais, enquetes e monitoramento on-line diário. Tais entregáveis demonstram que a estratégia vai muito além da assessoria de imprensa convencional, respondendo integralmente ao conceito de comunicação 360° exigido no edital.

72. No tocante aos materiais, a Recorrente confunde peças gráficas prontas com os “entregáveis estruturantes” legitimados pela prática da Administração. A proposta lista kits de conteúdo, dashboards, templates de identidade visual, roteiros de campanha e demais insumos que sustentam a execução continuada das ações – interpretação já pacificada em contratos federais análogos ao que se propõe por meio do presente processo licitatório.

73. As oportunidades de mídia positivas apresentadas pelo Consórcio igualmente atendem ao edital: valorizam diversidade cultural, capilaridade territorial e histórias de protagonismo de artistas periféricos, reforçando a imagem institucional da Secretaria e, por tabela, do CULTSP PRO Recurso Fator F.

74. De modo convergente, a matriz de riscos identifica vulnerabilidades (baixa notoriedade, distorções de escopo, linguagem inacessível) e prescreve contramedidas exequíveis, como kits narrativos, porta-vozes locais, segmentação linguística e protocolo de monitoramento ativo, demonstrando governança preventiva e seguindo em linha com o que fora delimitado pelas regras do presente certame.

75. Em suma, todas as críticas formuladas pela Recorrente Fator F, tais como ausência de estratégia digital, de cronograma, de inovação ou de especificação de materiais, são afastadas pelos próprios elementos constantes da proposta, que evidenciam método, criatividade e aderência aos critérios do item 11.7.1. Restam, portanto, íntegros os fundamentos que levaram a Subcomissão Técnica a atribuir as notas questionadas, impondo-se o improvimento integral do recurso.

IV. PEDIDOS

76. Diante de todo o exposto no decorrer da presente peça, o Consórcio requer:

- a) Sejam as presentes Contrarrazões ao recurso administrativo recebidas e processadas, porquanto plenamente tempestivas;
- b) O acolhimento das presentes Contrarrazões para:
 - negar provimento ao recurso administrativo interposto pela Partners Comunicação Integrada Ltda, eis que carece de fundamentação verídica e comprovação do alegado; e
 - negar provimento ao recurso interposto pela Fator F - Inteligência em Comunicação, eis que totalmente infundados e desprovidos de qualquer substância lógica ou fundamentação editalícia;

- c) Caso este não seja o entendimento, pleiteia-se que o presente recurso seja encaminhado para análise de autoridade superior.

Nestes termos,
pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 9 de julho de 2025.

Consórcio CultSP

Márcio Reis Louseiro

Procurador