

ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE SP

Concorrência No. 01/2025

CONTRATANTE: UASG 290122

FATOR F – INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO, devidamente qualificada nos autos do procedimento em epígrafe, por representante legal, comparece à presença de V.Sas. para, com fundamento no item 9 do Edital de Licitação e na Lei Federal 14.133/2021, *data maxima venia*, constatando a exararção de notas de Propostas Técnicas pela D. Banca em desacordo com o previsto no Edital tanto em relação à ora Recorrente como a demais licitantes, interpor o presente

RECURSO ADMINISTRATIVO

consubstanciado nas razões de fato e de direito que seguem adiante.

DOS FATOS E DOS FUNDAMENTOS QUE DEVEM ACARRETAR A ALTERAÇÃO DE NOTAS ATRIBUÍDAS ÀS PROPOSTAS

Em que pese o esmero da D. Banca nas avaliações aplicadas às concorrentes, *concessa venia*, o conjunto das avaliações não cumpre o previsto no **Anexo III – Orientações para Elaboração da Proposta Técnica**, nem tampouco o mandado na **página 84 do Edital**, que estabelece critérios objetivos de avaliação técnica. Tais critérios incluem lógica e clareza da exposição, consistência entre o desafio e a proposta apresentada, pertinência dos resultados e eficácia das medidas adotadas — exigências que demandam análise

fundamentada e proporcional, com base em evidências claras. Ao se comparar as justificativas oferecidas com as notas atribuídas à Fator F e às concorrentes mais bem colocadas, observa-se, contudo, uma discrepância entre os fundamentos técnicos do edital e a prática avaliativa adotada.

DA DISCREPÂNCIA ENTRE A PROPOSTA DO CONSÓRCIO CULTSP E AS NOTAS ATRIBUÍDAS PELA COMISSÃO

Em que pese a proposta do **Consórcio CULTSP** ter alcançado a maior pontuação técnica da licitação (65,02 pontos), causa perplexidade a constatação de que seu conteúdo **não atende aos principais critérios estabelecidos no Edital**, especialmente no que se refere à **dimensão digital da comunicação institucional** e à exigência de uma abordagem **omnichannel, integrada e contemporânea**.

Ausência de Estratégia de Comunicação Omnichannel

A proposta concentra-se 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”. Trata-se de uma abordagem centrada em veículos convencionais, sem qualquer detalhamento de integração com outros canais, nem articulação entre mídia própria, mídia paga e mídia espontânea.

Não há qualquer menção a:

- Estratégias para redes sociais e portais;
- Segmentação de públicos digitais;
- Calendário editorial ou plano de conteúdo para canais digitais;
- Lógica de circulação de informação por territórios e perfis socioculturais;
- Atuação multicanal voltada à construção de vínculo com a população.

Essa falha compromete a coerência da proposta com o próprio objeto do certame, que exige uma **estratégia de comunicação integrada (360º)**, conforme explicitado no Edital.

Ausência de Estratégia Digital Estruturada

Embora a comunicação digital seja pilar central do Edital, o documento do Consórcio CULTSP **não apresenta qualquer plano de presença digital**, sequer em nível introdutório. Não há previsão de:

- Plataformas a serem priorizadas;
- Tipos de conteúdos por canal;
- Formatos e linguagens adequados aos públicos do CULTSP PRO;
- Ações voltadas à acessibilidade ou interatividade;
- Metodologia de escuta ativa ou análise de engajamento.

A omissão é ainda mais grave diante da natureza do programa CULTSP PRO, que exige **capilaridade territorial, diversidade de públicos e adaptação de linguagem** – características que demandam atuação forte e planejada em meios digitais.

Fragilidade no Detalhamento das Ações

As ações propostas pelo consórcio são genéricas e desprovidas de elementos operacionais. Não há metas, fluxogramas, mecanismos de aferição de resultados, plano de crise ou planejamento por fase. Mesmo assim, a proposta recebeu **nota 9/10 em "Ações a serem desenvolvidas pela contratada"**, o que não se sustenta diante da fragilidade da entrega frente às exigências do Edital.

Ausência de Inovação e de Estratégias Criativas

A proposta não apresenta qualquer conceito criativo, campanha, ideia-força ou estrutura narrativa que dialogue com o público e valorize a identidade do CULTSP PRO. Seu conteúdo é eminentemente técnico e descritivo, e se limita a contextualizar dados do setor cultural sem traduzi-los em diretrizes de

comunicação. Ainda assim, a banca atribuiu **nota 10/10 no item “Raciocínio Básico”**, mesmo diante da total ausência de proposições inovadoras ou soluções criativas.

Incompatibilidade entre Conteúdo e Notas Atribuídas

Ainda assim, as três integrantes da Comissão atribuíram **notas extremamente elevadas** à proposta do Consórcio CULTSP, contrariando frontalmente os critérios objetivos do Edital:

- A julgadora **Natacha Mazzaro** conferiu nota **10/10 no quesito “Raciocínio Básico”**, exaltando o “diagnóstico consistente”, quando, na realidade, o documento limita-se a apresentar dados genéricos sobre a economia criativa, sem converter esse panorama em uma estratégia efetiva de comunicação.
- No quesito **“Plano de Ação: Estratégia de Relacionamento com a Mídia”**, a mesma avaliadora atribuiu novamente **nota 10/10**, embora a proposta se restrinja à atuação com imprensa tradicional, sem qualquer menção a canais digitais ou à integração entre mídias – o que compromete seriamente o alcance e a efetividade da comunicação pública.
- Para o item **“Ações a serem desenvolvidas pela contratada”**, a banca atribuiu **nota 9/10**, ainda que a proposta não apresente cronograma executivo, plano de contingência, fluxos operacionais nem detalhamento de metodologias – elementos exigidos nos subcritérios do Edital.
- Em **“Materiais a serem produzidos”**, a proposta recebeu **nota 5/5**, mesmo sem apresentar especificações técnicas, formatos ou diversidade de peças compatíveis com uma estratégia multicanal, como vídeos para redes sociais, podcasts, conteúdo acessível ou peças para públicos específicos.

Em que pese o esmero do trabalho das Dignas Julgadoras, essas notas evidenciam uma grave **disparidade entre a fundamentação exigida pelo**

Edital e a avaliação efetivamente realizada pela Comissão. A proposta do Consórcio CULTSP foi tratada com benevolência técnica incompatível com sua superficialidade e lacunas, sendo indevidamente beneficiada em detrimento de outras concorrentes que cumpriram, com rigor, os requisitos do certame.

Com o devido respeito à Comissão Julgadora, e pedindo vênias às doulas avaliadoras, causa espanto que uma proposta como a apresentada pelo **Consórcio CULTSP** — essencialmente ancorada em práticas de assessoria de imprensa tradicionais, sem qualquer estruturação de ações em redes sociais, canais próprios ou estratégias de engajamento digital — tenha recebido a maior nota do certame. Trata-se de uma proposta **anacrônica, incompatível com os desafios contemporâneos da comunicação pública** e, mais grave ainda, **completamente desalinhada com as diretrizes e práticas da própria Secretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo (SECOM)**, que nos últimos anos tem liderado campanhas altamente criativas, digitais, multicanal e orientadas por dados, com forte presença em redes sociais, conteúdo acessível e linguagem aderente à diversidade da população paulista. Premiar com a nota máxima uma proposta que ignora essas práticas não apenas fere os princípios do edital como também **contradiz a identidade institucional da SECOM e compromete o rigor técnico da licitação.**

Diante disso, a manutenção dessas notas **afronta os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório e da legalidade**, e compromete a transparência e a credibilidade do processo licitatório.

Requer-se, portanto, a revisão das notas atribuídas ao Consórcio CULTSP, especialmente nos quesitos “Raciocínio Básico”, “Plano de Ação” e “Materiais a serem produzidos”, para que reflitam, com fidelidade e responsabilidade técnica, o conteúdo efetivamente apresentado.

DA DISCREPÂNCIA ENTRE A PROPOSTA DA CDN E AS NOTAS ATRIBUÍDAS PELA COMISSÃO

A proposta técnica apresentada pela empresa CDN Comunicação Corporativa obteve 61,00 pontos na fase técnica, posicionando-se entre as três primeiras colocadas do certame. No entanto, ao se analisar seu conteúdo em confronto com os critérios do Edital (Anexo III, item 4.5, p. 84), observa-se que a proposta apresenta fragilidades significativas, que não foram devidamente consideradas pela Comissão Julgadora no momento da atribuição das notas.

Embora a proposta apresente uma boa redação institucional e conheça os fundamentos da comunicação pública, ela peca em profundidade, inovação e estruturação técnica, especialmente nos seguintes aspectos:

Ausência de Plano de Comunicação Digital Estruturado

Apesar de mencionar a importância do ambiente digital, a proposta da CDN não apresenta um plano detalhado de presença em redes sociais. Faltam:

- * Definição de plataformas prioritárias (Instagram, YouTube, TikTok, portais etc.);
- * 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.

O documento apresenta apenas menções genéricas a ações digitais e trata a comunicação institucional de forma verticalizada e centrada na emissão de conteúdo, sem proposta clara de escuta ativa, interações em tempo real ou construção de comunidade digital.

Superficialidade no Detalhamento das Ações

As ações previstas pela CDN são descritas de forma vaga, sem cronogramas, metas intermediárias, KPIs, fluxos de aprovação, ou parâmetros para mensuração de impacto. Apesar disso, recebeu nota 9/10 no quesito "Ações a serem desenvolvidas pela contratada", o que não se sustenta frente à exigência

do Edital de que as ações sejam viáveis, bem detalhadas e com “eficácia e aplicabilidade”.

Ausência de Estratégias Criativas Consistentes

O exercício criativo proposto pelo Edital exige, além da análise institucional, uma resposta estratégica criativa para a visibilidade do CULTSP PRO. A proposta da CDN, no entanto, limita-se a uma abordagem técnica e descritiva da estrutura de comunicação da Secretaria, sem apresentar campanhas, conceitos, ideias-força, ou narrativas capazes de articular emocionalmente o projeto ao público* Mesmo assim, a banca conferiu nota 10/10 no item “Raciocínio Básico”, o que revela descompasso entre a nota e o grau de inovação efetivamente entregue.

Comunicação Tradicionalizada e Baixo Grau de Inovação

A CDN apresenta uma estrutura profissional consolidada, mas sua proposta é visivelmente mais voltada à manutenção institucional do que à ativação social e territorial, o que contraria os objetivos da licitação. Não há, por exemplo:

- * Mecanismos de mobilização social;
- * Propostas para territórios periféricos ou públicos vulneráveis;
- * Estratégias de escuta e construção de narrativa colaborativa.

A nota 5/5 atribuída ao item “Materiais a serem produzidos” também não encontra respaldo objetivo, já que os materiais são apenas mencionados, sem protótipos, peças ilustrativas, ou descrição de formatos adequados à linguagem digital e à diversidade sociocultural do público paulista.

Embora a CDN apresente um texto com domínio técnico, sua proposta é marcada por **abstrações, falta de detalhamento, escassa inovação e quase nenhuma exploração do potencial digital**. Ainda assim, foi premiada com notas técnicas elevadas, que desequilibram a disputa e ferem o princípio da vinculação ao edital.

Requer-se, portanto, a revisão das notas atribuídas à empresa CDN Comunicação Corporativa, especialmente nos itens:

- * Raciocínio Básico (nota excessivamente generosa diante da baixa criatividade);
- * Ações a serem desenvolvidas (ausência de estrutura técnico-operacional mínima);
- * Materiais a serem produzidos (proposta genérica e sem protótipos ou formatos digitais consistentes).

DA DISCREPÂNCIA ENTRE A PROPOSTA PARTNERS E AS NOTAS ATRIBUÍDAS PELA COMISSÃO

A proposta da **Partners Comunicação Integrada** obteve **60,33 pontos na avaliação técnica**, o que lhe garantiu colocação entre os primeiros colocados do certame. No entanto, ao se confrontar o conteúdo da proposta com os critérios definidos no Edital (Anexo III, item 4.5, p. 84), torna-se evidente que a pontuação atribuída é **desproporcional à entrega efetiva**, tanto em profundidade estratégica quanto em aderência técnica aos objetivos da comunicação pública.

Generalismo conceitual e ausência de estratégias aplicáveis

Embora redigida com correção formal, a proposta da Partners apresenta uma abordagem excessivamente **abstrata e conceitual**, sem efetiva tradução das análises em **ações concretas, detalhadas ou executáveis**. O texto se detém em discussões genéricas sobre cultura, diversidade e comunicação inclusiva, mas não apresenta um plano tático, cronograma de execução ou articulação entre as diretrizes e os meios operacionais de implementação. Isso contraria o exigido pelo edital, que valoriza a **aplicabilidade, lógica e clareza das ações propostas**.

Estratégia digital incipiente e pouco funcional

Ainda que mencione o uso de redes sociais e plataformas digitais, a proposta da Partners **não estrutura um plano de comunicação digital consistente.**

Faltam:

- Segmentação de público por canal;
- Estratégias de engajamento contínuo em redes sociais;
- Diretrizes de conteúdo para plataformas como Instagram, TikTok, YouTube ou WhatsApp;
- Plano de relacionamento digital ou uso de ferramentas de escuta ativa;
- Metodologia de integração entre os canais da Secretaria.

A abordagem digital é tratada como complemento, e não como eixo estruturante da comunicação, o que a torna **incompatível com os padrões atuais da SECOM e com as diretrizes do edital, que demandam estratégia omnichannel com foco em capilaridade, inovação e diversidade de canais.**

Falta de originalidade e inovação criativa

O exercício criativo, conforme descrito no edital, exigia das licitantes não apenas uma resposta técnica, mas também **propostas criativas e inovadoras** para posicionar o CULTSP PRO junto à população paulista. A Partners, no entanto, limita-se a repetir valores e intenções institucionais — como diversidade, pluralidade e democratização — sem transformá-los em campanhas, conceitos, slogans, ideias-força ou narrativas engajadoras. Trata-se de uma abordagem genérica, desprovida de originalidade ou potência comunicacional.

Apesar disso, a Comissão atribuiu **nota 10/10 ao item “Raciocínio Básico”**, sugerindo excelência na compreensão do desafio, quando na verdade a proposta não apresenta respostas criativas, nem articulação clara entre diagnóstico e solução.

Inconsistência na descrição das ações e dos materiais

No item “Ações a serem desenvolvidas pela contratada”, a proposta da Partners **não apresenta fluxos de trabalho, cronogramas operacionais, metas, formatos ou fases de implementação**, limitando-se a descrições genéricas

como “desenvolver campanhas e peças criativas”, sem exemplificação ou detalhamento.

Ainda assim, recebeu **nota 9/10 neste quesito**, e **5/5 no item “Materiais a serem produzidos”**, mesmo sem apresentar maquetes, protótipos ou especificações de peças adequadas aos diversos públicos e meios (digitais, presenciais, periféricos, inclusivos).

A proposta da Partners Comunicação Integrada é **formalmente correta, mas substancialmente genérica, superficial e desprovida da densidade estratégica, digital e criativa exigida pelo Edital**. Premiar com nota elevada uma proposta carente de detalhamento operacional, estrutura digital e inovação é desequilibrar a competição e comprometer a aderência ao instrumento convocatório.

Requer-se, assim, a revisão das notas atribuídas à Partners, especialmente nos itens:

- Raciocínio Básico (nota desproporcional à entrega criativa);
- Ações a serem desenvolvidas (ausência de detalhamento e estratégia multicanal);
- Materiais a serem produzidos (proposta sem visualizações ou planejamento de formatos).

DA EXCELÊNCIA TÉCNICA DA PROPOSTA DA FATOR F E DA INJUSTIFICADA PENALIZAÇÃO PELA COMISSÃO JULGADORA

A proposta apresentada pela **Fator F Inteligência em Comunicação** é, inequivocamente, a mais completa, inovadora e alinhada ao que foi solicitado no Edital da Concorrência nº 01/2025. Ainda assim, obteve **apenas 54,67 pontos**, ficando atrás de concorrentes cujas propostas são notoriamente genéricas, anacrônicas ou carentes de estrutura técnico-operacional. Tal resultado evidencia

uma distorção nas notas atribuídas, que compromete o princípio da isonomia e a própria coerência técnica do certame.

Compreensão profunda do desafio e proposta de solução integrada

No item “Raciocínio Básico”, a Fator F demonstra **com clareza e precisão seu entendimento sobre o papel do CULTSP PRO como política pública estratégica**, e propõe uma narrativa integradora, com foco em escuta ativa, mobilização territorial e fortalecimento dos vínculos entre cultura e cidadania. O diagnóstico é denso, contemporâneo e sensível à realidade sociocultural do estado.

Ainda assim, recebeu **nota 7/10** da avaliadora Natacha Mazzaro, ao passo que o **Consórcio CULTSP**, cuja proposta limita-se a uma introdução genérica sobre economia criativa e não apresenta qualquer articulação entre problema e solução, foi premiado com **nota 10/10** no mesmo quesito.

Essa disparidade revela **um desequilíbrio técnico inaceitável**, com critérios mais exigentes aplicados à Fator F e benevolência extrema diante de propostas frágeis.

Estratégia digital e omnichannel de excelência — e o contraste com a proposta anacrônica do Consórcio CULTSP

Diferentemente de outras concorrentes, a Fator F estrutura **uma estratégia de comunicação digital e integrada exemplar**, com ações específicas para:

- Planejamento de redes sociais por plataforma;
- Calendário editorial e linhas de conteúdo para diferentes públicos;
- Estratégias de engajamento para juventudes, periféricos, PCDs e outros públicos minorizados;
- Monitoramento e avaliação em tempo real da reputação institucional;
- Integração entre mídia própria, mídia espontânea e relacionamento com influenciadores.

É uma proposta **plenamente aderente ao conceito de comunicação 360º**, que transforma os princípios do edital em ações aplicáveis e mensuráveis.

Mesmo assim, no quesito “Estratégia de Relacionamento com a Mídia”, a Fator F recebeu **nota 8/10**, enquanto o **Consórcio CULTSP**, que **não apresenta sequer um plano de redes sociais, estrutura digital ou proposta de integração entre canais**, obteve **nota 10/10**.

Em “Ações a serem desenvolvidas pela contratada”, a Fator F recebeu **8/10**, apesar de apresentar plano detalhado de execução por etapas, proposta de governança, e lógica operacional robusta. Já o Consórcio CULTSP, sem cronograma, sem etapas, sem segmentação de públicos, foi premiado com **9/10**. Trata-se de uma **distorção gravíssima** nas avaliações, que penaliza justamente a proposta mais estruturada, atual e tecnicamente compatível com os objetivos da licitação.

Criatividade, originalidade e aderência institucional — penalizadas sem justificativa

A proposta da Fator F apresenta **ideias-força e campanhas conceituais articuladas à identidade do CULTSP PRO**, propondo narrativas de pertencimento, orgulho, transformação social e valorização da diversidade cultural. Utiliza abordagens visuais, textuais e narrativas alinhadas com o comportamento da audiência digital e com as melhores práticas de branding público — inclusive em consonância com os próprios princípios já aplicados pela SECOM.

Mesmo assim, a proposta recebeu apenas:

- **7/10 no item “Raciocínio Básico”**, já mencionado;
- **4/5 em “Materiais a serem produzidos”**, ainda que tenha apresentado soluções multiplataforma, especificações de formatos e adequações para diferentes perfis socioculturais.

Em comparação, o **Consórcio CULTSP**, que não apresenta conceito de campanha, nem peças ilustrativas, nem diversidade de materiais, recebeu **nota 5/5** no mesmo quesito.

A desproporcionalidade na avaliação da Fator F fica ainda mais evidente ao se analisar as planilhas de notas das julgadoras **Ana Nery de Farias** e **Natacha Mazzaro**, que atribuíram, respectivamente, **5/10 e 4/10 no Subquesto 1 (“Raciocínio Básico”)** e **6/10 e 4/10 no Subquesto 2 (“Estratégia de Relacionamento com a Mídia”)**, com justificativas similares e tecnicamente inconsistentes.

A julgadora **Ana Nery de Farias** alega que a Fator F “não apresenta pesquisa de percepção” como justificativa para a nota 5/10 no Subquesto 1. Tal exigência, contudo, **não consta entre os critérios técnicos previstos no Edital**, que não solicita, em nenhum ponto, a apresentação de pesquisa de percepção no exercício criativo. A adoção de tal critério subjetivo, alheio ao instrumento convocatório, **compromete a isonomia do julgamento** e representa uma extrapolação indevida da função avaliativa.

De forma ainda mais grave, a julgadora **Natacha Mazzaro** atribuiu **nota 4/10 no mesmo subquesto**, também com base em alegações sobre ausência de dados e aprofundamento, ignorando que a proposta da Fator F apresenta um raciocínio estruturado, contextualizado e plenamente alinhado aos desafios do CULTSP PRO, conforme descrito no próprio Edital. O diagnóstico da Fator F parte de uma compreensão qualificada da missão institucional da SECOM, articulando valores culturais, inclusão e descentralização com estratégias aplicáveis — abordagem não reconhecida pelas referidas notas.

No Subquesto 2, que avalia a “Estratégia de Relacionamento com a Mídia”, as penalizações se repetem: **nota 6/10 atribuída por Ana Nery de Farias** e **nota 4/10 por Natacha Mazzaro**, ambas desproporcionais diante do que foi efetivamente apresentado. A proposta da Fator F contempla **uma estratégia**

integrada e multicanal, incluindo imprensa tradicional, canais digitais, redes sociais, influenciadores, e fluxo de relacionamento com públicos diversos — algo completamente ausente nas propostas de concorrentes que receberam **nota 10/10 nos mesmos quesitos**, como o Consórcio CULTSP.

Essas notas — **5 e 6 por Ana Nery, e 4 e 4 por Natacha Mazzaro** — não apenas destoam do conteúdo robusto e aderente apresentado pela Fator F, mas também revelam **um desequilíbrio grave na aferição dos critérios técnicos**, o que compromete a legitimidade do resultado e justifica a sua imediata revisão.

Penalizações incoerentes nos Subquesitos 5 e 6 – “Oportunidades de Mídia Positiva” e “Riscos de Imagem”

Nos Subquesitos **5 (“Oportunidades de Mídia Positiva”)** e **6 (“Riscos de Imagem”)**, a julgadora **Natacha Mazzaro** atribuiu à Fator F **nota 7/10 em ambos**, sob alegações genéricas de que a proposta careceria de “maior aprofundamento”. Essa avaliação, entretanto, **ignora completamente a densidade, atualidade e aderência técnica da proposta da Fator F**, que cumpre com rigor os critérios estabelecidos no Edital.

No Subquesito 5, a Fator F identifica **três oportunidades de mídia positiva reais e estrategicamente conectadas aos eixos do CULTSP PRO**, como a valorização da diversidade cultural, a capilaridade territorial e o fortalecimento do protagonismo de artistas periféricos e independentes. São oportunidades claras, bem articuladas à missão da SECOM e ancoradas em práticas contemporâneas de comunicação pública.

No Subquesito 6, a proposta antecipa **três riscos concretos à imagem institucional**, com análise contextual e medidas de prevenção baseadas em experiência anterior com programas similares, além da proposta de escuta ativa

em canais digitais — elemento indispensável à gestão de riscos reputacionais no ambiente contemporâneo.

Em contraste, o **Consórcio CULTSP recebeu 9/10 (Subquesto 5) e 10/10 (Subquesto 6)**, mesmo apresentando formulações genéricas e centradas quase exclusivamente em mídia tradicional. A proposta **negligencia por completo os aspectos digitais essenciais à geração de mídia positiva** — como a presença em redes sociais, a mobilização de comunidades online e o uso de linguagem contemporânea — e **não trata, de forma alguma, dos riscos que emergem especificamente do ambiente digital**, como desinformação, cancelamento em redes, ou percepção pública nos territórios digitais.

Premiar com nota quase máxima uma proposta que ignora completamente os canais onde hoje se constrói e destrói reputação institucional é um contrassenso técnico e contradiz frontalmente a natureza do programa e a realidade da comunicação pública contemporânea.

A **distorção na valoração técnica — penalizando a proposta mais aderente e favorecendo aquela mais desatualizada — compromete a seriedade do julgamento** e deve ser urgentemente reparada por esta Comissão.

Essas avaliações, ao se afastarem dos critérios técnicos previstos no edital e ao recorrerem a exigências inexistentes, **desequilibram o julgamento do certame**, prejudicam de forma indevida a Fator F e devem ser objeto de imediata correção.

Essas incongruências **ferem os critérios objetivos do edital** e demonstra um juízo desproporcional, que premia a superficialidade e penaliza a competência técnica.

A proposta apresentada pela **Fator F Inteligência em Comunicação** é, sem dúvida, **a mais completa, inovadora e aderente ao Edital** entre todas as concorrentes. Estruturada com rigor técnico, sensibilidade institucional e domínio contemporâneo das práticas de comunicação pública, ela articula soluções aplicáveis, criativas e integradas, alinhadas com os princípios da SECOM e com os objetivos estratégicos do programa CULTSP PRO.

Trata-se de uma entrega que combina planejamento detalhado, abordagem multicanal, propostas criativas e plena consideração à diversidade de públicos e territórios, com um nível de profundidade e aplicabilidade **não alcançado por nenhuma das concorrentes melhor pontuadas.**

A pontuação atribuída, contudo, reflete **um julgamento manifestamente desproporcional e tecnicamente incoerente**, especialmente diante das notas infladas atribuídas a propostas anacrônicas, superficiais ou genericamente redigidas.

Requer-se, portanto, a imediata reavaliação das notas atribuídas à Fator F, com especial atenção aos seguintes quesitos:

- Raciocínio Básico;
- Estratégia de Relacionamento com a Mídia;
- Ações a serem desenvolvidas;
- Materiais a serem produzidos.

Tal revisão é essencial não apenas para restaurar a justiça técnica do certame, mas também para **preservar a credibilidade e a integridade do processo licitatório**, garantindo que a melhor proposta — a mais inovadora e completa — seja justamente reconhecida.

DOS PEDIDOS

Diante de todo o exposto, a Fator F Inteligência em Comunicação requer a esta Douta Comissão de Contratação que:

1. Seja acolhido integralmente o presente recurso administrativo, com a conseqüente reavaliação das notas atribuídas à Fator F Inteligência em Comunicação pelas integrantes da Comissão Julgadora, nos seguintes termos:

a) Quanto ao item “Raciocínio Básico” (nota máxima: 10):

- Requer-se o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Natacha Mazzaro**, atualmente **4/10**, cuja avaliação não reconhece a coerência, profundidade e criatividade do raciocínio apresentado pela Fator F;
- Requer-se o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Ana Nery de Farias**, atualmente **5/10**, fundamentada de forma indevida na ausência de “pesquisa de percepção”, elemento não previsto no Edital e, portanto, inidôneo para penalização;
- Reforça-se também o reajuste da nota atribuída pela própria Sra. **Natacha Mazzaro**, no caso do segundo julgamento (possível erro de duplicação na ata), registrada como **7/10**, para refletir adequadamente a superioridade técnica da proposta frente a concorrentes que receberam **10/10** com menor densidade estratégica.

b) Quanto ao item “Plano de Ação: Estratégia de Relacionamento com a Mídia” (nota máxima: 10):

- Requer-se o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Natacha Mazzaro**, atualmente **4/10**, desproporcional diante da estratégia omnichannel apresentada pela Fator F, com integração entre imprensa tradicional, canais próprios e redes sociais;

- Requer-se o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Ana Nery de Farias**, atualmente **6/10**, dada a clareza, aplicabilidade e abrangência da proposta apresentada, frente a outras propostas premiadas com nota máxima sem estrutura multicanal;

- Requer-se também o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Jamily Amaral**, atualmente **8/10**, para um patamar proporcional ao mérito técnico da proposta.

c) Quanto ao item “Ações a serem desenvolvidas pela contratada” (nota máxima: 10):

- Requer-se o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Natacha Mazzaro**, atualmente **8/10**, dado o nível de detalhamento, planejamento por etapas, fluxograma e coerência executiva da proposta, muito superior à de concorrentes igualmente ou mais bem pontuados.

d) Quanto ao item “Materiais a serem produzidos” (nota máxima: 5):

- Requer-se o reajuste da nota atribuída pela Sra. **Jamily Amaral**, atualmente **4/5**, uma vez que a proposta da Fator F especifica formatos multiplataforma e soluções visuais compatíveis com os públicos-alvo do CULTSP PRO, ao passo que outras concorrentes, sem tais especificações, receberam nota **5/5**.

e) Quanto aos Subquestos 5 (“Oportunidades de Mídia Positiva”) e 6 (“Riscos de Imagem”) (nota máxima: 10):

- Requer-se o **aumento das notas atribuídas à Fator F pela Sra. Natacha Mazzaro**, atualmente fixadas em **7/10 para ambos os subquestos**.

2. Seja determinada, ainda, a **revisão das notas atribuídas aos concorrentes** cujas propostas foram detalhadamente criticadas neste recurso, de modo a assegurar proporcionalidade e respeito aos critérios do Edital, conforme segue:

a) Consórcio CULTSP:

- Raciocínio Básico: atualmente **10/10 (Natacha Mazzaro)** — requer-se a **redução**, diante da ausência de proposta criativa, estratégia digital e articulação com o desafio apresentado;
- Plano de Ação: Estratégia de Relacionamento com a Mídia: atualmente **10/10 (Natacha Mazzaro)** — requer-se a **redução**, uma vez que a proposta se limita à assessoria de imprensa tradicional;
- Ações a serem desenvolvidas: atualmente **9/10** — requer-se a **redução**, frente à ausência de cronograma, fluxo de execução ou segmentação de públicos;
- Materiais a serem produzidos: atualmente **5/5** — requer-se a **redução**, pois não há especificação de formatos nem diversidade de peças;
- Oportunidades de Mídia Positiva: atualmente **9/10** — requer-se a **redução**, dado o caráter genérico da proposta e a ausência de vínculo com estratégias digitais ou públicos estratégicos;
- Riscos de Imagem: atualmente **10/10** — requer-se a **redução**, pois a proposta **ignora integralmente os riscos derivados do ambiente digital**, sem apresentar qualquer estratégia de escuta, mediação ou resposta a crises de imagem online.

b) CDN Comunicação Corporativa:

- Raciocínio Básico: atualmente **10/10** — requer-se a **redução**, considerando a superficialidade das análises e a ausência de inovação criativa;
- Ações a serem desenvolvidas: atualmente **9/10** — requer-se a **redução**, diante da falta de detalhamento técnico-operacional;

- Materiais a serem produzidos: atualmente **5/5** — requer-se a **redução**, por ausência de protótipos ou planejamento visual.

c) Partners Comunicação Integrada:

- Raciocínio Básico: atualmente **10/10** — requer-se a **redução**, por se tratar de uma proposta conceitual, sem articulação prática ou soluções criativas;
- Ações a serem desenvolvidas: atualmente **9/10** — requer-se a **redução**, já que a proposta carece de cronograma, fases e detalhamento operacional;
- Materiais a serem produzidos: atualmente **5/5** — requer-se a **redução**, dado que não há descrição de formatos nem demonstração visual.

2. Seja garantido à Recorrente o direito de acesso a eventual manifestação técnica da Comissão quanto ao presente recurso, nos termos do art. 165, §1º da Lei Federal 14.133/2021, com a possibilidade de manifestação posterior, respeitado o contraditório e a ampla defesa.

Nestes termos,

Pede deferimento.

São Paulo, 03 de julho de 2025.

Rogério Ferreira - Representante Legal

RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94

(11) 98280.3000

roger.ferreira@fatorf.com.br

Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.

CNPJ 05.527.558/0001-43

Fone/WhatsApp (11) 99942.9344

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo
(SP), CEP 04538-110**