À Comissão de Contratação da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo,

CONCORRÊNCIA Nº 01/2025

Processo Administrativo n° 005.00000254/2024-72

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 03.958.504/0001-07, com sede na Avenida do Contorno, 8.289, 2º e 3º andares, Gutierrez, 30110-059, Belo Horizonte, Minas Gerais, vem, por seus representantes que abaixo subscrevem, com fundamento item 9.1 do edital, interpor

Recurso Administrativo

em face da avaliação e pontuação das Propostas Técnicas atribuídas pela Banca Avaliadora e consequente classificação em primeiro lugar do assim denominado **CONSÓRCIO CULTSP,** integrado pelas empresas **FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA. e FSB DIVULGAÇÃO LTDA.,** conforme os seguintes fundamentos:

I. TEMPESTIVIDADE.

Inicialmente, comprova-se a tempestividade das presentes razões, considerando a data da manifestação da intenção de recorrer. Assim, o prazo de 03 (três) dias úteis previsto no item 9.2 do edital iniciou-se em 01/07/2025 e esgota-se em 03/07/2025.

II. RAZÕES PARA REFORMA DO RESULTADO DO JULGAMENTO.

Trata-se de Concorrência promovida pela Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo para a *"contratação dos serviços de comunicação corporativa integrada conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus Anexos."*

O edital prevê fase recursal, nos seguintes termos:

> 9.1. A interposição de recurso referente ao julgamento das propostas, à habilitação ou inabilitação de licitantes, à anulação ou revogação da licitação, observará o disposto no art. 165 da Lei nº 14.133, de 2021.
> 9.2. O prazo recursal é de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação ou de lavratura da ata.

A Partners foi classificada em terceiro lugar geral, após a soma da nota da Proposta de Preço e da Proposta Técnica.

O que motiva a interposição do presente recurso é, em síntese, as notas atribuídas pela Banca Avaliadora, da qual **pelo menos duas integrantes foram até recentemente colaboradoras da empresa FSB**, que participa da Concorrência por intermédio do assim denominado **Consórcio CultSP**, classificado em primeiro lugar, após obter a maior nota técnica e, consequentemente, a maior nota final.

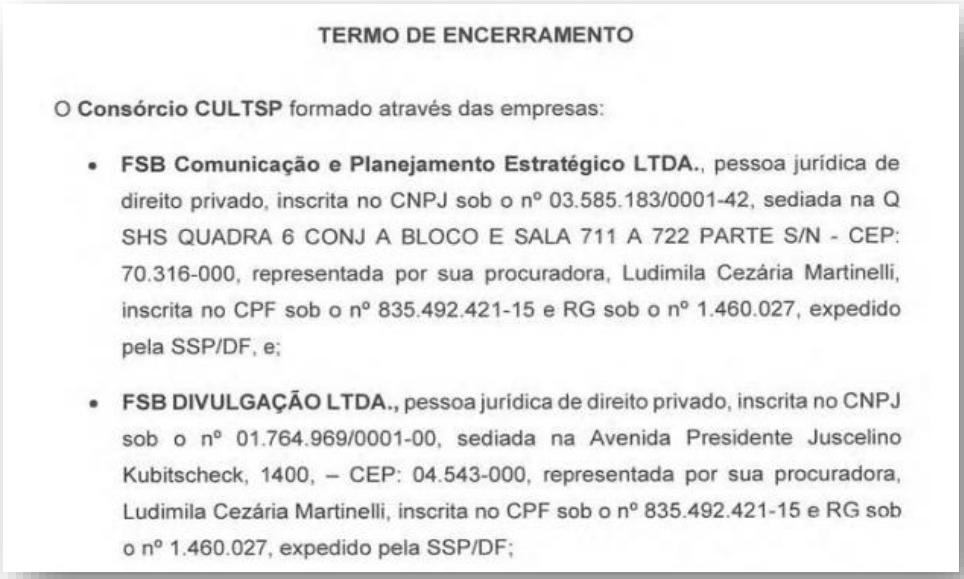
Para além da escolha da Banca Avaliadora, que pode comprometer a lisura e a transparência do processo licitatório, a avaliação da proposta técnica da Recorrente não reflete a realidade dos materiais apresentados, conforme será demonstrado a seguir.

A. Da necessidade de imparcialidade dos membros da banca avaliadora. Princípios da igualdade e da moralidade administrativa.

A Banca Avaliadora designada para proceder à análise das propostas técnicas das licitantes foi integrada por Jamily Normando Amaral, Ana Nery de Farias e Natacha Kawanishi Mazzaro.

As duas primeiras, as Sras. Jamily Normando Amaral e Ana Nery de Farias, possuem vínculos profissionais recentes com a empresa FSB Comunicação, que participa da presente

Concorrência por meio do **Consórcio CultSP**. Como se extrai do instrumento de formação do consórcio, este seria integrado por duas pessoas jurídicas do mesmo grupo empresarial FSB:

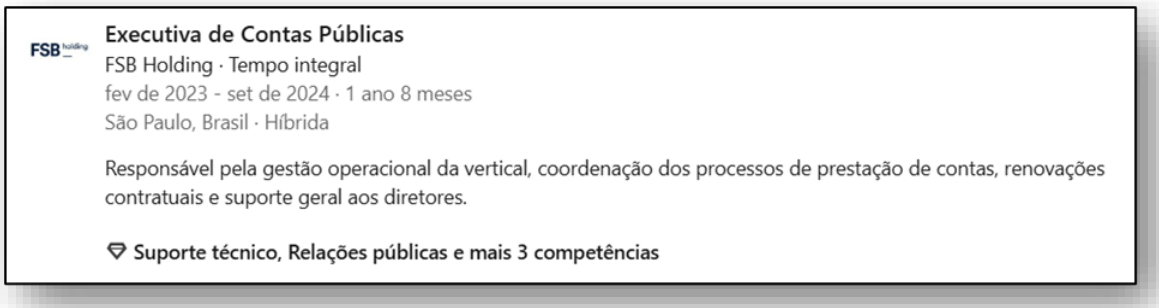


TERMO DE ENCERRAMENTO

O **Consórcio CULTSP** formado através das empresas:

- **FSB Comunicação e Planejamento Estratégico LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 03.585.183/0001-42, sediada na Q SHS QUADRA 6 CONJ A BLOCO E SALA 711 A 722 PARTE S/N - CEP: 70.316-000, representada por sua procuradora, Ludimila Cezária Martinelli, inscrita no CPF sob o nº 835.492.421-15 e RG sob o nº 1.460.027, expedido pela SSP/DF, e;
- **FSB DIVULGAÇÃO LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 01.764.969/0001-00, sediada na Avenida Presidente Juscelino Kubitscheck, 1400, – CEP: 04.543-000, representada por sua procuradora, Ludimila Cezária Martinelli, inscrita no CPF sob o nº 835.492.421-15 e RG sob o nº 1.460.027, expedido pela SSP/DF;

Em relação à Sra. Jamily Normando Amaral, verifica-se que atuou profissionalmente na FSB Comunicação pelo menos entre fevereiro de 2023 e setembro de 2024, conforme declarado no seu perfil na plataforma LinkedIn:



Executiva de Contas Públicas
FSB Holding · Tempo integral
fev de 2023 - set de 2024 · 1 ano 8 meses
São Paulo, Brasil · Híbrida

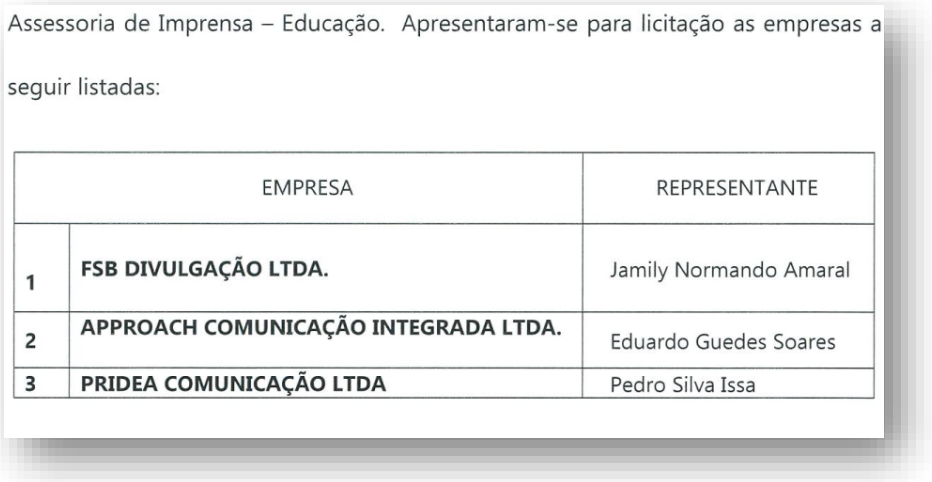
Responsável pela gestão operacional da vertical, coordenação dos processos de prestação de contas, renovações contratuais e suporte geral aos diretores.

Suporte técnico, Relações públicas e mais 3 competências

https://www.linkedin.com/in/jamily-normando-amaral-8411b752/

Mais do que isso, a referida julgadora atuou em nome da FSB Divulgação, tendo subscrito a ata da Sessão Pública de Licitação nº 01/2023, promovida pela mesma Secretaria

de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo, em 21 de julho de 2023, que tinha por objeto a contratação de serviços de assessoria de imprensa na área da educação.



Assessoria de Imprensa – Educação. Apresentaram-se para licitação as empresas a seguir listadas:

	EMPRESA	REPRESENTANTE
1	**FSB DIVULGAÇÃO LTDA.**	Jamily Normando Amaral
2	**APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**	Eduardo Guedes Soares
3	**PRIDEA COMUNICAÇÃO LTDA**	Pedro Silva Issa

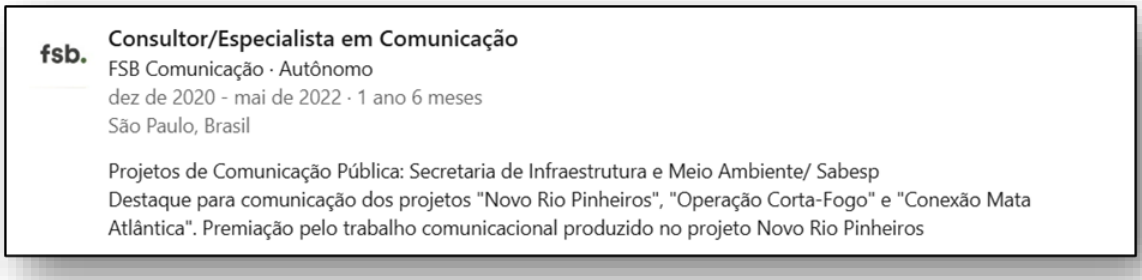
Pelas licitantes:

APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. Eduardo Guedes Soares	
FSB DIVULGAÇÃO LTDA. Jamily Normando Amaral	
PRIDEA COMUNICAÇÃO LTDA Pedro Silva Issa	

3

Então, certamente, a integrante da presente Banca Avaliadora não apenas tinha relação profissional com a FSB Divulgação, como também foi constituída mandatária da empresa, com poderes de representação da licitante perante esta mesma Secretaria de Comunicação.

Quanto à Sra. Ana Nery de Farias, consta do seu perfil do LinkedIn que desempenhou atividades na FSB Comunicação, no período compreendido entre dezembro de 2020 e maio de 2022:



https://www.linkedin.com/in/ana-nery-farias-a36b021a4/

Além disso, há cerca de três anos, publicou uma postagem na mesma rede comentando a estratégia de comunicação da Operação Corta-Fogo, coordenada pela Secretaria de Infraestrutura e Meio Ambiente do Estado de São Paulo. Na publicação, mencionou as profissionais Paula Pereira e Isabela Salgueiro, da FSB Comunicação, o que confirma o vínculo profissional ou relação de proximidade com integrantes da agência.

A existência de vínculo profissional direto entre duas das três avaliadoras e uma das licitantes, tendo uma delas inclusive representado ativamente os interesses do grupo econômico perante a Secretaria de Comunicação revela **manifesto conflito de interesses** e compromete, de forma substancial, a **imparcialidade** necessária aos membros da Banca Avaliadora, bem como a integridade do processo licitatório.

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, mesmo tendo uma delas representado a FSB Divulgação em licitação promovida pela mesma Secretaria, há menos de dois anos.

Independentemente da esperada integridade das integrantes da Banca Avaliadora, até em decorrência formal do caráter anônimo das propostas, a Secretaria de Comunicação escolheu ativamente dois terços da Banca Avaliadora previamente alinhadas e conhece-

doras dos métodos, estratégias, experiências e demais características subjetivas das empresas do grupo econômico FSB. Isto, por si só, invalida qualquer ato praticado pelas integrantes da Banca Avaliadora.

Antes do processamento da licitação, o Estado de São Paulo publicou decreto sobre conflito de interesses na Administração Pública, sob o nº 69.474/2025, como parte do Plano Anticorrupção do Governo do Estado (PAC).

A norma conceitua conflito de interesses como a *"situação gerada pelo confronto entre os interesses públicos e privados, que possa comprometer o interesse coletivo ou influenciar, de maneira imprópria, o desempenho da função pública"* (art. 4º), prevê que *"A configuração de conflito de interesses independe da existência de lesão ao patrimônio público, proveito pessoal ou vantagem de qualquer espécie pelo agente público ou terceiro"* (art. 4º, §1º), define agente público *como "aquele que exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, função ou emprego na Administração Pública estadual"* (art. 3º, inc. I) e estende a *"aplicação das disposições deste decreto aos demais agentes públicos"* (art. 2º, parágrafo único).

O art. 6º descreve exemplificativamente situações de conflito de interesses, incluindo a atuação em processo que possa gerar direitos ou deveres para pessoas jurídicas às quais o agente público tenha sido vinculado, além da prestação de serviços, manutenção de relação de negócio, assessoria, consultoria ou procuração de interesses privados:

> Artigo 6º - Configura conflito de interesses real, inclusive:
> I - divulgar ou fazer uso de informação privilegiada obtida em razão do exercício das funções públicas, em proveito próprio ou de terceiro;
> II - **atuar em processo, individualmente ou mediante participação em órgão colegiado, que:**
> a) envolva interesse:
> 1. próprio ou de pessoa jurídica na qual o agente público seja diretor, sócio, acionista com direito a voto, administrador ou exerça função equivalente;
> 2. de parente ou de pessoa jurídica na qual mantenha vínculo de parentesco com diretor, sócio, acionista com direito a voto, administrador ou que exerça função equivalente;
> b) **possa gerar direitos ou deveres para pessoas jurídicas às quais o agente público tenha sido vinculado, relativamente a atos ou fatos de que tenha participado ou a que tenha tido acesso direto e relevante**;
> III - prestar serviço ou manter relação de negócio, em nome próprio ou de pessoa jurídica, com pessoa física ou jurídica que tenha interesse em decisão do agente público ou de colegiado do qual participe;
> IV - atuar como assessor, consultor **ou procurador de interesses privados nos órgãos ou entidades da Administração Pública direta e indireta estadual;**

> V - utilizar-se do cargo, emprego ou função para influenciar de maneira imprópria o processo decisório no desempenho da função pública;
> VI - prestar serviços, ainda que em caráter eventual, a empresa cuja atividade seja controlada, fiscalizada ou regulada por órgão ou entidade ao qual o agente público esteja vinculado.
> Parágrafo único - A configuração do conflito de interesses real pode ensejar a instauração de procedimento administrativo disciplinar ou o ajuizamento de ação de improbidade, nos termos da legislação vigente. (grifamos)

Por fim, identificada situação específica que configure conflito de interesses potencial, como é o caso, o agente público deveria se declarar impedido de atuar, nos termos do art. 5º:

> Artigo 5º - O conflito de interesses classifica-se em:
> I - real, quando praticada conduta pelo agente público no contexto de conflito de interesses;
> II - potencial, quando a situação em que se encontra o agente público proporciona condições que podem gerar conflito de interesses futuros no desempenho da função pública.
> §1º - O conflito de interesses potencial, isoladamente, não enseja a imposição de sanção.
> §2º - Identificada situação específica que configure conflito de interesses potencial, o agente público deverá se declarar impedido de atuar no caso.
> §3º - Observada a legislação aplicável à espécie, não configura conflito de interesses o exercício de atividade de magistério, durante ou após o exercício de cargo, função ou emprego.

Vale observar que a vigência recente do decreto não escusa a Administração Pública de observar preceitos fundamentais do art. 37, caput, da Constituição Federal, dentre outros, os princípios da impessoalidade, moralidade e publicidade. Complementarmente, o art. 5º da Lei nº 14.133/2021 estabelece que:

> Art. 5º Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da **impessoalidade**, da **moralidade**, da **publicidade**, da eficiência, do interesse público, da **probidade administrativa**, da **igualdade**, do **planejamento**, da **transparência**, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro). (grifamos)

O próprio Código de Ética da Administração Pública direta e autárquica do Estado de São Paulo, instituído pelo Decreto N° 69.328/2025, já atribuía a todos os agentes o dever de prevenir conflitos de interesses, que já existia revogado Decreto 60.428/2014:

> **Artigo 4° -** São condutas esperadas dos agentes públicos:
> (...)
> II - ser íntegro e contribuir para o fortalecimento da cultura de integridade, adotando, inclusive, as seguintes providências:

> a) comunicar, imediatamente, ao canal adequado, a ocorrência de fato ou ato contrário à legislação;
> b) prevenir conflitos de interesses, devendo informar à autoridade competente qualquer caso que possa assim ser configurado;

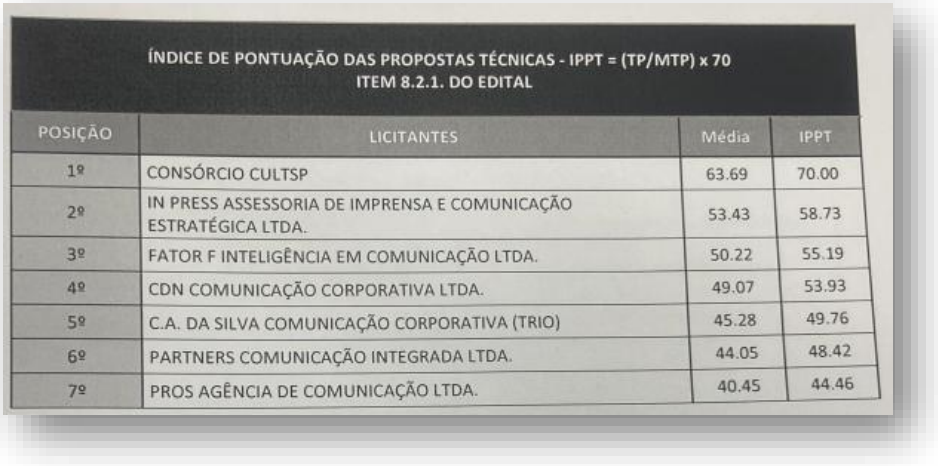
A existência, ainda que potencial, de conflito de interesses, e ainda que não fosse regulamentada, deveria impedir a atuação das pessoas selecionadas pela Secretaria em licitação de que participem as pessoas jurídicas de que fizeram parte ou receberam poderes de representação, repita-se, perante a própria Secretaria de Comunicação, nos últimos anos.

A suspeição ou conflito de interesses, ainda que meramente potenciais, se agravam pela vantagem claramente obtida pelas empresas que tiveram relação com as integrantes da Banca Avaliadora recentemente, independentemente de ter sido produzida voluntária ou subconscientemente.

Conforme a apuração da nota final da fase técnica, o Consórcio CultSP figura atualmente em primeiro lugar na classificação:

NOTA FINAL - NF = IPPT + NPP ITEM 8.12.				
POSIÇÃO	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

A pontuação da proposta técnica do grupo FSB foi substancialmente maior do que a de todas as outras licitantes, a ponto de esvaziar o fator de menor peso, da nota da proposta de preços:



ÍNDICE DE PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - IPPT = (TP/MTP) x 70
ITEM 8.2.1. DO EDITAL

POSIÇÃO	LICITANTES	Média	IPPT
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

Ora, profissionais que atuaram em uma determinada empresa têm afinidade intelectual com o seu processo criativo, independentemente de identificação da proposta. Da mesma forma, têm preconceitos introjetados em desfavor de empresas concorrentes, contra as quais competiram em outros negócios, públicos ou privados.

O tópico "***F. Da análise das propostas técnicas dos licitantes participantes"*,** item ***"(i) Proposta Técnica do Consórcio CultSP"*** deste Título avaliará detalhadamente as discrepâncias das notas atribuídas à proposta do grupo FSB.

O procedimento licitatório deve assegurar a **igualdade de condições entre os licitantes**, e ser conduzido com base em **critérios objetivos** e preservar a **lisura e a legitimidade** do certame.

A participação de pessoa com vínculo recente com empresa licitante na Comissão Julgadora compromete a neutralidade e a imparcialidade exigidas, podendo ensejar favorecimentos diretos ou indiretos e, por conseguinte, comprometer a credibilidade da análise técnica.

Trata-se de situação que contraria os princípios da impessoalidade, do julgamento objetivo e da moralidade administrativa, ao permitir eventual influência indevida nos atos decisórios da comissão.

O resultado material, ainda que por extraordinária coincidência, de que o Consórcio CultSP, integrado por empresas do grupo FSB, tenha alcançado a primeira colocação no certame, por si só, afasta de modo absoluto a legitimidade do processo, podendo ainda

gerar graves repercussões nos âmbitos interno e externo de controle, razão pela qual a necessidade de anulação dos atos praticados e revisão da composição da Banca Avaliadora é inafastável.

B. Julgamento das propostas técnicas. Quesito 3 - Capacidade de atendimento, perfil e habilidades específicos da equipe.

(i) Dos documentos apresentados pela Partners e inadequada atribuição de pontuação.

O Anexo III do Edital estabelece que o Quesito 3 será analisado com base nos seguintes critérios:

QUESITO 3 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADES ESPECÍFICOS DA EQUIPE máximo de 11 pontos		
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
SUBQUESITO 1 Qualificação da Equipe de Profissionais (Item 3.4.1.)	Nota de 0 a 5	a) Cálculo aritmético com base nas regras dos itens 4.8.1. e 4.8.2.
SUBQUESITO 2 Experiência (item 3.4.2.)	Nota de 0 a 4	a) Cálculo Aritmético com base nas regras do item 3.4.2
SUBQUESITO 3 Sistemática de Atendimento (item 3.4.3.)	Nota de 0 a 2, sendo: 0: não atende 1: atende bem 2: atende com excelência	a) Adequação da sistemática de atendimento pela licitante em sua solução (viabilidade de implementação, efetividade dos meios e processos e demais formas que comprovem a capacidade de atendimento.)

Conforme previsto no item 3.4 do referido Anexo:

> 3.4. A experiência, capacidade de atendimento, perfil e habilidades dos profissionais da licitante serão demonstradas a partir da experiência e capacitação dos recursos técnicos e humanos necessários à prestação de serviços objeto da presente licitação:
> 3.4.1. A formação técnica da equipe de profissionais da licitante será avaliada com base na formação técnica e acadêmica e experiência desses profissionais, exclusivamente em cada área de atuação, conforme o estabelecido no Termo de Referência. Contemplando, no mínimo, todos os perfis indicados no Termo de Referência, sob pena de desclassificação. A comprovação deverá ser feita da seguinte forma:
> a) Curriculum Vitae Resumido: envio do currículo resumido de cada profissional, detalhando suas qualificações, experiências relevantes e sua área de atuação;
> b) Documentos Comprobatórios da Formação Técnica/Acadêmica: apresentação de diplomas e certificados que comprovem a formação técnica/acadêmica dos profissionais na área; e
> c) Documento Comprobatório da Experiência: fornecimento de declaração da licitante que ateste, sob as penas da Lei, a experiência de cada profissional na área de atuação, incluindo o tempo e a natureza das atividades realizadas.

No que se refere à Proposta da Partners, ora Recorrente, tem-se que a Banca Avaliadora desconsiderou, para fins de pontuação, tanto o **diploma de graduação em Comunicação Social**, quanto o **certificado de pós-graduação em Marketing** da profissional **Liége Camargos,** indicada como especialista em Comunicação Interna, o que resultou na atribuição de **nota zero** e, por consequência, impacto negativo na pontuação referente aos profissionais.

5	LIÉGE PATRÍCIA DE CAMARGO E SOUZA	0			

Além disso, na publicação dos documentos, foi disponibilizado apenas a **parte do verso do diploma de graduação** (página 110a) estando ausente a **frente do documento** (página 110) que contém as informações:

Não obstante, tal fato não pode ser considerado como ausência de comprovação, uma vez que foi apresentado diploma válido.

Dessa forma, foram **cumpridos os requisitos do item 4.8.1.2 do Anexo III do Edital**, o qual dispõe:

> 4.8.1.2. Documentos Comprobatórios da Formação Técnica/Acadêmica: apresentação dos diplomas e certificados que comprovem a formação técnica/acadêmica dos profissionais;

Assim, a atribuição de nota 0 (zero) à profissional **Liége Camargos** não encontra respaldo nos critérios objetivos estabelecidos no Edital, devendo ser **revista** e **ajustada** a pontuação, com o consequente **reconhecimento dos títulos apresentados** (graduação e pós-graduação) para fins de composição da nota.

Adicionalmente, em relação à **comprovação de experiência do profissional José André Borges**, a Comissão atribuiu pontuação de **1 (um) ponto**, de um total possível de 3 (três), o que também **não condiz com a documentação comprobatória apresentada**:

11	JOSÉ ANDRÉ BORGES			2			1			3

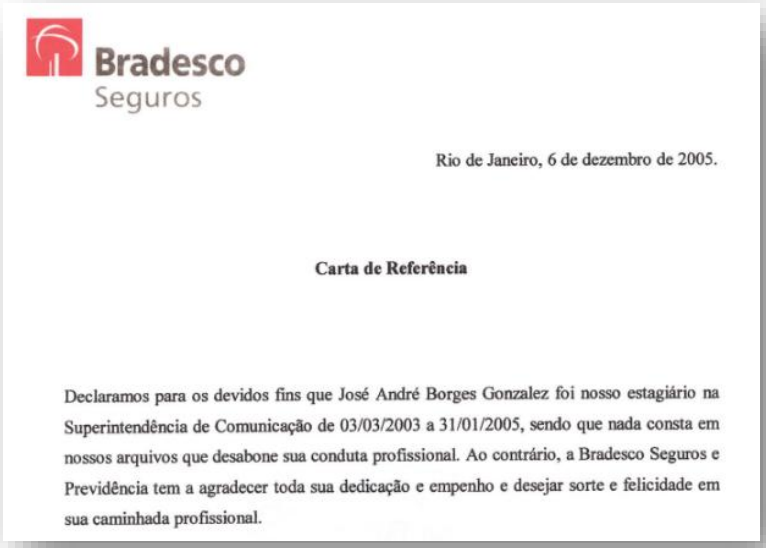
COMPROVAÇÃO DO TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA			
COMPROVAÇÃO	ENVIOU DECLARAÇÃO DA PARTNES COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA. INFORMANDO QUE PATRICIA TEM 9 ANOS DE EXPERIÊNCIA E QUE É PROFISSIONAL COMUNICAÇÃO PLENO. APRESENTOU COMPROVAÇÃO: APRESENTOU CARTA DE RECOMENDAÇÃO DO MINISTÉRIO DAS CIDADES - PERÍODO: 2010 – 2019 - CARGO: ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO		
COMUNICAÇÃO PLENO:	EXPERIÊNCIA DE 5 A 10 ANOS ÁREA DE COMUNICAÇÃO	SIM	
COMUNICAÇÃO PLENO:	CONHECIMENTO EM FERRAMENTAS DISPONIVEIS PARA REDAÇÃO DE TEXTO E DE SOFTWARE	SIM	

O item 4.8.2.3 do Anexo III prevê pontuação com base no tempo de experiência profissional comprovada:

Formação na Área	Com formação de nível técnico	Superior Incompleto	Superior Completo	Pós-graduação
Pontos	0	1	2	3
Experiência Profissional na Área	**< 4 anos**	**4 a 8 anos**	**+8 a 12 anos**	**> 12 anos**
Pontos	0	1	2	3

Após **diligência instaurada pela Comissão**, a Recorrente apresentou documentação complementar que **comprova mais de 13 (treze) anos de experiência** na área de Comunicação. A seguir, síntese das informações:

Profissional:	Empresa:	Cargo/Função:	Tempo:
José André Borges	Bradesco Seguros	Estagiário de comunicação	1a10m
	FSB Comunicações	Analista de comunicação	3a3m
	Dynamic Representações	Assistente de comunicação	1a3m
	Comunicação Mais Assessoria	Assessor de imprensa	1a2m
	FSB Comunicação e Planejamento Estratégico	Analista de comunicação	2m
	Partners Comunicação Integrada	Assessor de comunicação pleno	5a10m
	Total: 13a6m		

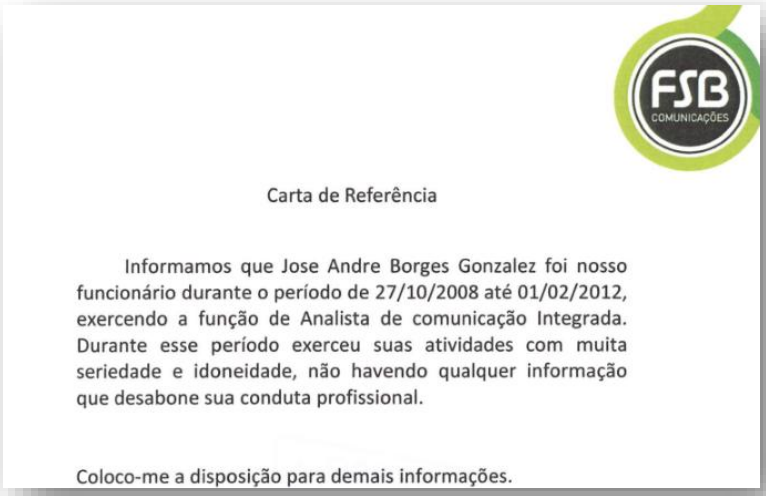


Bradesco Seguros

Rio de Janeiro, 6 de dezembro de 2005.

Carta de Referência

Declaramos para os devidos fins que José André Borges Gonzalez foi nosso estagiário na Superintendência de Comunicação de 03/03/2003 a 31/01/2005, sendo que nada consta em nossos arquivos que desabone sua conduta profissional. Ao contrário, a Bradesco Seguros e Previdência tem a agradecer toda sua dedicação e empenho e desejar sorte e felicidade em sua caminhada profissional.



FSB COMUNICAÇÕES

Carta de Referência

Informamos que Jose Andre Borges Gonzalez foi nosso funcionário durante o período de 27/10/2008 até 01/02/2012, exercendo a função de Analista de comunicação Integrada. Durante esse período exerceu suas atividades com muita seriedade e idoneidade, não havendo qualquer informação que desabone sua conduta profissional.

Coloco-me a disposição para demais informações.

01.609.046/0001-75

12

DYNAMIC REPRESENTAÇÃO

CONTRATO DE TRABALHO

Rua Acre, n.º 28 - Sala 901

Empregador Centro - CEP 20.081-000

CNPJ/MF RIO DE JANEIRO - RJ

Rua Nº

Município Est.

Esp. do estabelecimento Prestação de Serviços

Cargo Assistente de Comunicação. CBO nº 0-93.30

Data admissão 29 de Junho de 2001

Registro nº 2-01 Fls./Ficha 10

Remuneração especificada [redacted]

DYNAMIC REPRESENTAÇÃO E

ASSESSORIA EMPRESARIAL LTDA.

Ass. do empregador ou a rogo deste

1º 2º

Data saída 30 de Junho de 2002

DYNAMIC REPRESENTAÇÃO E

ASSESSORIA EMPRESARIAL LTDA.

Ass. do empregador ou a rogo deste

1º 2º

Com. Dispensa CD Nº

SERVIÇO NOTARIAL DO 25º OFÍCIO - RIO DE JANEIRO

15

CONTRATO DE TRABALHO -

Empregador Comunicação mais Assessoria Ltda.
CNPJ/MF 05.359.094/0003-75
Rua Tenucia da Silva Nº 217
Município São Paulo Est. SP
Esp. do estabelecimento
Cargo Assessor de Imprensa
CBO nº
Data admissão 20 de Abril de 2012
Registro nº Fls./Ficha
Remuneração especificada [redacted]
Comunicação Mais Assessoria Ltda
Ass. do empregador ou a rogo c/test.
1º 2º
Data saída 30 de Junho de 2013
Ass. do empregador ou a rogo c/test.
Comunicação Mais Assessoria Ltda
1º 2º
Com. Dispensa CD Nº

03.585.183/0001-42 17

CONTRATO DE TRABALHO

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.

Empregador ..... SHS QUADRA 06 - CONJUNTO A BLOCO E

CNPJ/MF ..... ASA SUL - CEP 70322-915

Rua ..... BRASÍLIA - DF ..... Nº .....

Município ..... Est. .....

Esp. do estabelecimento .....

Cargo ..... Analista de Comunicação

..... CBO nº .....

Data admissão ..... de ..... de .....

Registro nº ..... Fls./Ficha .....

Remuneração especificada [redacted]

.....

.....

Ass. do empregador ou a rogo c/test.

1º ..... 2º .....

Data saída ..... de ..... de .....

.....

Ass. do empregador ou a rogo c/test.

1º ..... 2º .....

Com. Dispensa CD Nº .....

18

Empregador: PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

CNPJ: 03.958.504/0001-07.

Endereço: Rua Desembargador Alfredo de Albuquerque, 200 - Santo Antônio, Belo Horizonte – MG / CEP: 30.330-250.

Cargo: Assessor de Comunicação Pleno
Admissão: 16/09/2019
Registro/ Folha: 481

Remuneração Especificada: [redacted]

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

Ass. do empregador ou a rogo c/test.

1º ..... 2º .....

Data saída ..... de ..... de .....

.....

Ass. do empregador ou a rogo c/test.

1º ..... 2º .....

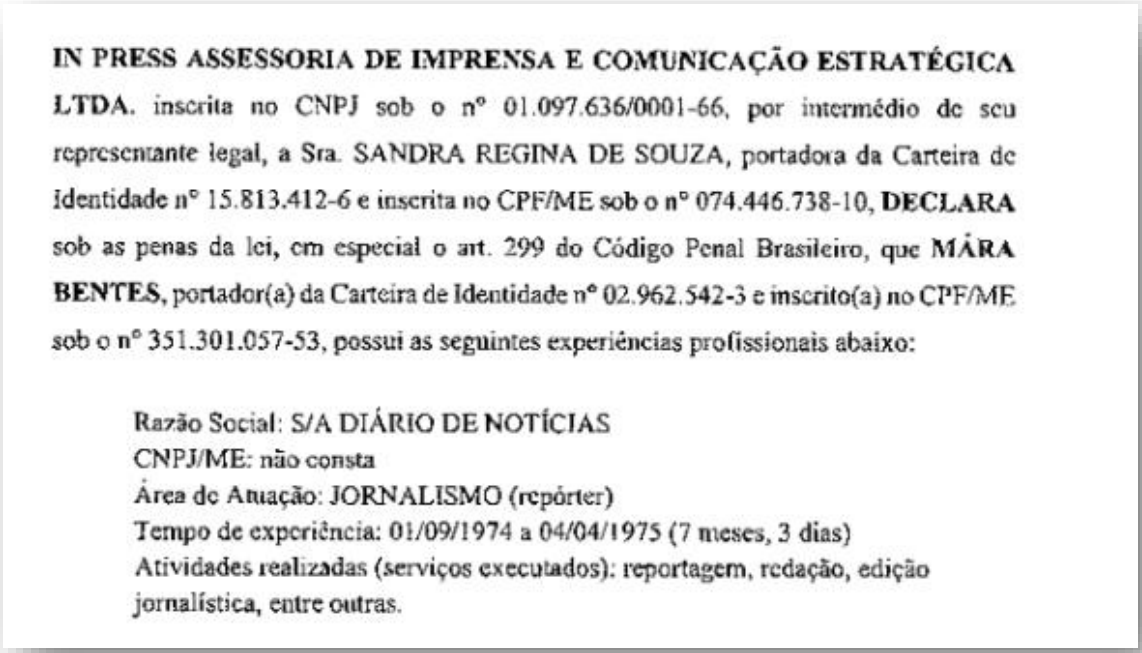
Com. Dispensa CD Nº .....

Dessa forma, a documentação apresentada **comprova de forma inequívoca** o tempo de atuação do profissional, o que o **qualifica para a pontuação máxima prevista no Edital** para este quesito. A manutenção da nota atribuída anteriormente, portanto, configura flagrante desconsideração dos critérios objetivos estabelecidos, devendo ser **revista e majorada** a pontuação do profissional **José André Borges.**

(ii) Da documentação apresentada pelas licitantes In Press e Fator F.

As licitantes **In Press** e **Fator F.** apresentaram, para fins de comprovação da experiência de seus profissionais, **apenas declarações subscritas pelas próprias empresas**, nas

quais afirmam que determinado colaborador teria atuado em empresa "X" por um período determinado (Y anos/meses), sem, no entanto, **apresentar qualquer documento externo ou idôneo que comprove tais informações**.



IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA. inscrita no CNPJ sob o nº 01.097.636/0001-66, por intermédio de seu representante legal, a Sra. SANDRA REGINA DE SOUZA, portadora da Carteira de Identidade nº 15.813.412-6 e inscrita no CPF/ME sob o nº 074.446.738-10, **DECLARA** sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que **MÁRA BENTES**, portador(a) da Carteira de Identidade nº 02.962.542-3 e inscrito(a) no CPF/ME sob o nº 351.301.057-53, possui as seguintes experiências profissionais abaixo:

Razão Social: S/A DIÁRIO DE NOTÍCIAS
CNPJ/ME: não consta
Área de Atuação: JORNALISMO (repórter)
Tempo de experiência: 01/09/1974 a 04/04/1975 (7 meses, 3 dias)
Atividades realizadas (serviços executados): reportagem, redação, edição jornalística, entre outras.

Declaração apresentada pela In Press

DECLARAÇÃO

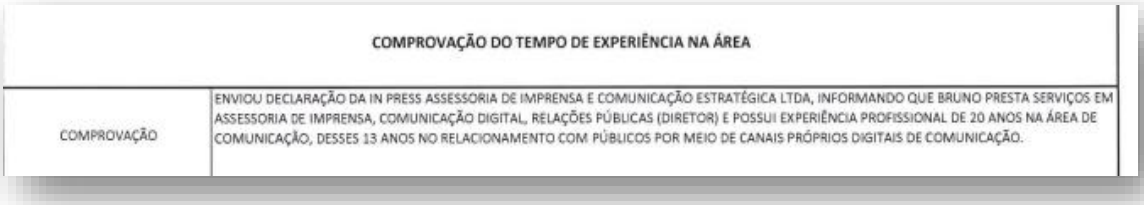
A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Marcelo dos Santos Pereira, RG 18.721.313-6,** foi editor de fotografia do portal Terra entre 16/01/2006 e 15/01/2010, e posteriormente entre 12/03/2012 e 18/09/2014; editor de Audiovisuais do Diário de S.Paulo / Rede Bom Dia entre 01/02/2010 e 02/09/2011; fotógrafo da Associação Paulista do Ministério Público entre 12/05/2016 e 29/07/2016 e posteriormente entre 29/08/2016 e 13/02/2017. Prestou serviços para esta agência entre 14/02/2017 até 07/04/2025, totalizando 16 anos e dez meses de experiência específica. O profissional é habilitado para a produção, seleção e edição de fotografias, e também para a gestão de banco de imagens, dominando amplamente técnicas fotográficas, equipamentos e softwares de edição de imagens como Adobe Lightroom e Adobe Photoshop.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

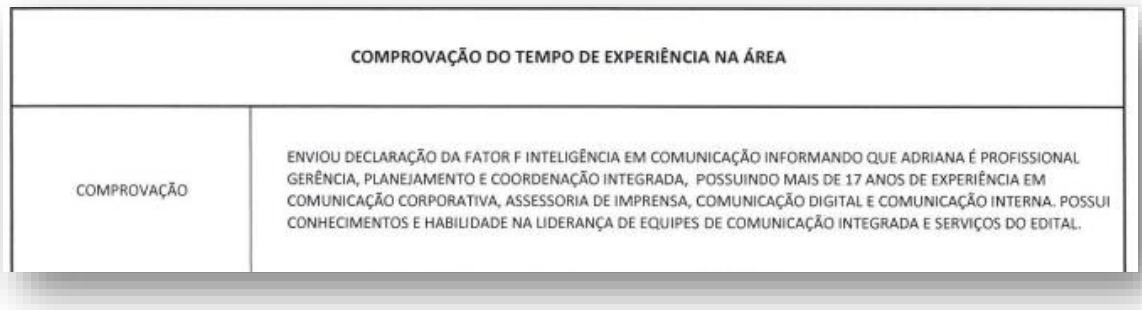
05.527.558/0001-43
Fator F - Inteligência

Declaração apresentada pela Fator F

Ocorre, entretanto, que **a Banca aceitou tais declarações como válidas**, sem promover qualquer diligência para requerer documentação complementar, conforme se verifica na **Ata de Julgamento**.



COMPROVAÇÃO DO TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA	
COMPROVAÇÃO	ENVIOU DECLARAÇÃO DA IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA, INFORMANDO QUE BRUNO PRESTA SERVIÇOS EM ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO DIGITAL, RELAÇÕES PÚBLICAS (DIRETOR) E POSSUI EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL DE 20 ANOS NA ÁREA DE COMUNICAÇÃO, DESSES 13 ANOS NO RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS POR MEIO DE CANAIS PRÓPRIOS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO.



COMPROVAÇÃO DO TEMPO DE EXPERIÊNCIA NA ÁREA	
COMPROVAÇÃO	ENVIOU DECLARAÇÃO DA FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO INFORMANDO QUE ADRIANA É PROFISSIONAL GERÊNCIA, PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO INTEGRADA, POSSUINDO MAIS DE 17 ANOS DE EXPERIÊNCIA EM COMUNICAÇÃO CORPORATIVA, ASSESSORIA DE IMPRENSA, COMUNICAÇÃO DIGITAL E COMUNICAÇÃO INTERNA. POSSUI CONHECIMENTOS E HABILIDADE NA LIDERANÇA DE EQUIPES DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA E SERVIÇOS DO EDITAL.

Tal conduta **viola o princípio da isonomia**, uma vez que foram exigidos da Partners, em sede de diligência, **todos os documentos comprobatórios de vínculo e experiência de seus profissionais** (o que foi integralmente atendido), enquanto às licitantes **In Press** e **Fator F** foi concedido **tratamento mais brando**, com **aceitação de documentos que se limitam a autodeclarações**.

Essa disparidade de tratamento viola ainda o **princípio do julgamento objetivo**, previsto no **art. 5º da Lei nº 14.133/2021**, além de configurar **vantagem competitiva indevida** em favor das referidas licitantes, em prejuízo às demais licitantes participantes.

A partir do entendimento que motivou a diligência em face da ora Recorrente, a comprovação da experiência profissional deveria ser realizada por meio de documentação idônea, preferencialmente emitida por terceiros, tais como:

- Cópia da CTPS ou contrato de trabalho;
- Atestados de capacidade técnica emitidos por terceiros;
- Declarações fornecidas pelo empregador originário do vínculo laboral.

Neste sentido, a utilização de **declarações unilaterais emitidas pelas próprias licitantes**, atestando a experiência de seus próprios profissionais em organizações diversas, sem diligências promovidas na mesma medida, **não se presta à finalidade legal e editalícia da comprovação de experiência profissional**, uma vez que se trata de **afirmação que não pode ser verificada por meio de documentação independente e idônea**.

Além de destoar da finalidade da exigência, tais documentos **carecem de validade probatória**, visto que a comprovação da experiência profissional **deveria ser feita por meio**

de documentos emitidos por terceiros – sejam entes públicos ou privados – que **atestem, de forma objetiva e imparcial**, o vínculo e as atividades desempenhadas pelos profissionais indicados.

Nessas condições, os documentos apresentados possuem natureza jurídica de mera declaração unilateral, desprovida de valor probatório quanto à efetiva experiência dos profissionais indicados.

Diante disso, é necessário que a pontuação atribuída aos profissionais indicados pelas empresas In Press e Fator F seja desconsiderada, até que comprove a efetiva experiência profissional mediante diligência, garantindo-se tratamento isonômico das partes.

Na hipótese de não serem apresentados documentos hábeis e idôneos, as licitantes In Press e Fator F deverão ser declaradas desclassificadas, em razão do descumprimento das exigências editalícias relativas à qualificação técnica de seus profissionais.

C. Do quesito 4 - Atendimento aos preceitos de desenvolvimento sustentável – Documentação apresentada pela Partners.

A Recorrente apresentou, para fins de pontuação no quesito 4 do Anexo III do Edital, **certificação de regularidade do IBAMA**.

Ministério do Meio Ambiente
Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

CADASTROS TÉCNICOS FEDERAIS
CONSULTA PÚBLICA A CERTIFICADO DE REGULARIDADE - CR

Registro n.º: 5631114 Data da consulta: 01/04/2025 CR emitido em: 01/04/2025 CR válido até: 01/07/2025

Dados básicos
CNPJ: 03.958.504/0001-07
Razão social: PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA
Nome fantasia: PARTNERS COMUNICAÇÃO PRO BUSINESS
Data de abertura: 18/07/2000

Endereço
Logradouro: AVENIDA DO CONTORNO
N.º: 8289
Bairro: GUTIERREZ
CEP: 30110-059
Complemento: 2 E 3 ANDARES
Município: BELO HORIZONTE
UF: MG

Cadastro Técnico Federal de Atividades e Instrumentos de Defesa Ambiental - CTF/AIDA

Código	Atividade
0003-00	Consultoria técnica

Conforme dados disponíveis na presente data, a pessoa jurídica acima possui Certificado de Regularidade, em conformidade com as obrigações cadastrais do CTF/AIDA.

A inscrição no CTF/AIDA constitui declaração, pela pessoa jurídica, de observância dos padrões técnicos normativos estabelecidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – INMETRO e pelo Conselho Nacional de Meio Ambiente - CONAMA.

O Certificado de Regularidade emitido pelo CTF/AIDA não desobriga a pessoa inscrita de obter licenças, autorizações, permissões, concessões, alvarás e demais documentos exigíveis por instituições federais, estaduais, distritais ou municipais para o exercício de suas atividades, especialmente os documentos de responsabilidade técnica, qualquer o tipo e conforme regulamentação do respectivo Conselho de Fiscalização Profissional, quando exigíveis.

O Certificado de Regularidade no CTF/AIDA não produz qualquer efeito quanto à qualificação e à habilitação técnica da pessoa jurídica inscrita.

Fechar

Este site é protegido por hCaptcha e sua Política de Privacidade e Termos de Serviço se aplicam.

Todavia, foi atribuída à Recorrente **pontuação de apenas 2 (dois) pontos**, de um total de 4 (quatro) possíveis, **sem qualquer justificativa clara ou motivação expressa pela Comissão Julgadora** quanto à desconsideração parcial da documentação apresentada.

Ora, se o edital não especificou documento ou órgão emissor e se a Administração não motivou a escolha, a pontuação se deu de forma arbitrária. Tal conduta viola o princípio da motivação dos atos administrativos, consagrado no caput do art. 5º da Lei Federal nº 14.133/2021:

> Art. 5° Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, **da motivação**, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro). (grifo nosso)

A ausência de motivação **impossibilita a verificação da razoabilidade da nota atribuída** e compromete a transparência e o controle do ato administrativo. No mesmo sentido, a Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro prescreve o seguinte:

> Art. 20. Nas esferas administrativa, controladora e judicial, não se decidirá com base em valores jurídicos abstratos sem que sejam consideradas as consequências práticas da decisão.
> Parágrafo único. A motivação demonstrará a necessidade e a adequação da medida imposta ou da invalidação de ato, contrato, ajuste, processo ou norma administrativa, inclusive em face das possíveis alternativas.

Tais previsões servem ao propósito de assegurar os princípios constitucionais da impessoalidade e publicidade dos atos e decisões da Administração Pública (Art. 37 da CRFB/1988), vinculando-a aos motivos que foram declarados como determinantes e viabilizando a ampla defesa, o contraditório e a revisão por instâncias de controle interno e externo. Consoante a lição de Celso Antônio Bandeira de Mello:

> 32. (IV) Princípio da motivação, isto é, o da **obrigatoriedade de que sejam explicitados tanto o fundamento normativo quanto o fundamento fático da decisão, enunciando-se, sempre que necessário, as razões técnicas, lógicas e jurídicas que servem de calço ao ato conclusivo, de molde a poder-se avaliar sua procedência jurídica e racional perante o caso concreto**. Ainda aqui se protegem os interesses do administrado, **seja por convencê-lo do acerto da providência tomada** - o que é o mais rudimentar dever de uma Administração democrática -, **seja por deixar estampadas as razões do decidido, ensejando sua revisão judicial, se inconvincentes, desarrazoadas ou injurídicas**. Aliás, confrontada com a obrigação de motivar corretamente, a Administração terá de coibir-se em adotar providências (que de outra sorte poderia tomar) incapazes de serem devidamente justificadas, justamente por não coincidirem com o interesse público que está obrigada a buscar[1]. (grifamos)

Dessa forma, ao **atribuir pontuação reduzida sem qualquer explicação ou fundamento técnico, diretamente decorrente do ato convocatório**, a Comissão incorre não apenas em **vício de motivação**, mas também **fere o princípio da isonomia**, uma vez que se verifica, ao longo de todo o julgamento, **atribuição de notas desproporcionais e inconsistentes entre licitantes**, sem que tenham sido esclarecidos os critérios objetivos adotados para considerar (ou desconsiderar) determinados documentos apresentados por uns e não por outros.

[1] BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Curso de Direito Administrativo. 25 ed. São Paulo: Malheiros, 2008. p. 493

A certificação apresentada pela Recorrente **preenche, de forma suficiente, os requisitos previstos para a atribuição da nota máxima (4 pontos)**, conforme Anexo III, que estabelece que:

QUESITO 4 ATENDIMENTO AOS PRECEITOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - máximo de 4 pontos		
SUBQUESITOS	PONTUAÇÃO	CRITÉRIO
SUBQUESITO 1 Atendimento a Preceitos de Desenvolvimento Sustentável (item 3.5.)	Nota de 0 a 4, sendo: 0: não atende 1: atende pouco 2: atende bem 4: atende com excelência	0: não comprovar; 1: comprovar, por meio de Declaração de Compromisso de Adoção de Práticas de Sustentabilidade, que a empresa irá adotar práticas de sustentabilidade ambiental; 2: comprovar, por meio de Declaração de Cumprimento de Preceitos de Sustentabilidade, que a empresa já adota práticas de sustentabilidade ambiental; 4: comprovar, por meio de Certificação ou Selos Ambientais (emitido por órgão competente), que a empresa foi Avaliada e Certificada pelo seu desempenho ambiental e social.

Dessa forma, é imprescindível a revisão da pontuação atribuída a Recorrente no quesito 4, com a consequente atribuição da nota máxima prevista (4 pontos), nos termos dos critérios estabelecidos no edital, na medida em que não foi demonstrado o descumprimento de qualquer especificação previamente divulgada.

D. Do quesito 1 - Proposta para o tema do exercício criativo.

Há uma significativa divergência entre as notas atribuídas pelas integrantes da Banca Avaliadora, o que indica, em tese, a adoção de critérios distintos por cada avaliadora. Diante da disparidade verificada nas avaliações, impõe-se que a banca examinadora esclareça de forma mais detalhada os critérios utilizados, pois as análises constantes são

sucintas e carecem de fundamentação objetiva. Tal fato evidencia uma atribuição de notas baseada em sentimento pessoal, de caráter opinativo e não técnico, e, portanto, inconsistência no julgamento, corroborada pela comparação das notas conferidas às demais participantes.

(i). Subquesito 1 – Raciocínio básico

O item 3.2.3.17.1 do Anexo III dispõe que:

> Raciocínio básico: de, no máximo, 3 (três) laudas, no qual pormenorizará sua compreensão sobre as informações apresentadas no desafio específico de comunicação supracitado, expressando seu entendimento sobre a interligação entre o exercício criativo apresentado, na interface com a estrutura e missão institucional da CONTRATANTE, por meio da sua Assessoria de Comunicação, considerando, ainda:
> a) lógica e clareza de exposição;
> b) consistência das relações de causa e efeito entre desafio e proposta de solução apresentada;
> c) relevância dos resultados apresentados.

A avaliadora **Ana Nery de Farias** atribuiu à Recorrente **nota 7** de 10 pontos possíveis, sob a justificativa de que "*apesar de o Raciocínio Básico da Partners ter boa coerência lógica, ele pode ser aprimorado em termos de profundidade analítica e conexão entre elementos apresentados.*"

Todavia, cumpre destacar que a proposta apresentada pela Recorrente possui coerência lógica ao contextualizar São Paulo como epicentro da cultura brasileira e destacar a relevância do setor criativo para o PIB estadual. A conexão entre o CULTSP PRO e a missão da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas é estabelecida desde o início, apresentando o programa como uma reestruturação das Oficinas Culturais e um motor para o desenvolvimento socioeconômico e a democratização cultural.

No que tange à profundidade analítica, a proposta aborda o ineditismo da iniciativa, a abrangência do programa em todas as regiões do estado, a diversidade das seis escolas temáticas, e o sistema pedagógico ágil e dinâmico, moldado pelo mapeamento contínuo das necessidades do setor. A análise se aprofunda ao justificar a comunicação 360° com base em teorias de Marshall McLuhan ("O meio é a mensagem") e Manuel Castells, conectando a diversificação de canais à necessidade de alcançar públicos diversos, incluindo aqueles menos inseridos no universo digital.

A conexão entre os elementos apresentados é evidenciada na forma como o Raciocínio Básico transita da visão histórica e econômica do setor cultural em São Paulo para a concepção e objetivos do CULTSP PRO. A relação de causa e efeito é consistente: a necessidade de comunicar a magnitude do CULTSP PRO leva à proposição de uma estratégia integrada que valoriza tanto as mídias tradicionais quanto as digitais. O papel do GIRO PRO SP é explicitado como um elemento chave para a capilaridade da comunicação em todo o estado.

Desta forma, ao ser estabelecido uma base analítica sólida e interconectada que serve como fundamento para as estratégias e ações detalhadas no Plano de Ação, demonstra uma compreensão abrangente do desafio de comunicação, alinhada à missão da Secretaria.

A avaliadora **Jamily Normando Amaral**, atribuiu a **nota 3** de 10 pontos, justificando que que *"o uso de espaço destinado ao raciocínio básico se limitou em parte à reprodução do briefing, o que poderia ser abordado com uma abordagem criativa e original. Além disso, há uma inconsistência das ações propostas, uma vez que estas apresentam uma análise excessivamente genérico, aplicável a qualquer programa, sem a devida personalização para as especificidades do projeto em questão.*"

Porém, a atribuição de nota 3 para o "Raciocínio Básico" não reflete a qualidade, a originalidade e a aderência da proposta com os requisitos do Edital. O documento apresenta uma compreensão clara e concisa do desafio de comunicação, conforme exigido pelo Item 3.2.3.17.1 do Edital.

A proposta não se limita à "*reprodução do briefing*", mas sim o utiliza como ponto de partida para desenvolver uma análise contextualizada. Ela demonstra uma abordagem criativa e original ao interligar o CULTSP PRO ao cenário cultural e econômico de São Paulo, e ao embasar a estratégia de comunicação 360° em teorias de autores seminais para a ciência da Comunicação, o que lhe confere uma profundidade teórica e estratégica que transcende o genérico.

A análise é altamente personalizada para as especificidades do CULTSP PRO, abordando seu ineditismo como substituto das Oficinas Culturais, a abrangência do programa em todas as regiões do estado, a diversidade das seis escolas temáticas, o sistema pedagógico ágil e dinâmico moldado pelo mapeamento contínuo das necessidades do setor, e

o papel do GIRO PRO SP para a capilaridade da comunicação. Tais elementos são únicos ao projeto e amplamente detalhados.

A proposta cumpre integralmente a limitação de 3 laudas imposta pelo Edital, buscando concisão sem comprometer a especificidade e originalidade. A nota 3 carece de fundamentação técnica diante do conteúdo entregue.

A avaliadora **Natacha Mazzaro**, conferiu a **nota 4** de 10 pontos, argumentando que "*a proposta da Partners apresenta estrutura argumentativa simplificada e limitada profundidade analítica.*"

Entretanto, a nota de 4,00 e a justificativa de "*estrutura argumentativa simplificada e limitada profundidade analítica*" não refletem o conteúdo e a densidade do Raciocínio Básico apresentado. A proposta (páginas 1 a 3) constrói uma argumentação consistente, partindo do macro (relevância cultural e econômica de São Paulo) para o específico (CULTSP PRO e seus objetivos).

A profundidade analítica é demonstrada pela integração de dados sobre o PIB criativo, a contextualização histórica da SCEIC, e a fundamentação teórica em autores da comunicação (McLuhan e Castells) para justificar a estratégia 360°. Esta não é uma análise superficial, mas sim um desdobramento estratégico do briefing.

A estrutura argumentativa é lógica e clara, conectando o desafio de comunicação à missão da Secretaria e às particularidades do CULTSP PRO (reestruturação das Oficinas Culturais, escolas temáticas, GIRO PRO SP). A limitação de 3 laudas naturalmente exige concisão, mas a proposta consegue apresentar um panorama completo e bem articulado, conforme os critérios de lógica, clareza e consistência do edital.

A média das notas atribuídas no subquesito "Raciocínio Básico" resultou em **4,66**, valor que não condiz com o conteúdo apresentado, que atende aos requisitos previstos no instrumento convocatório.

Desta forma, é necessário a **revisão da nota atribuída no subquesito Raciocínio Básico**, com a sua **majoração para 10 (dez) pontos**, de forma a refletir de maneira justa e técnica a proposta da Recorrente.

(ii). Subquesito 2 - Plano de Ação Estratégia de relacionamento com a mídia

O Anexo III do edital estabelece que:

> 3.2.3.17.2. Plano de ação: de, no máximo, 10 (dez) laudas, para resolução do desafio específico, de acordo com o raciocínio básico desenvolvido no item acima, detalhando os seguintes pontos:
> a) estratégia de relacionamento com a mídia;
> b) ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia, e c) materiais a serem produzidos.
> 3.2.3.17.2.1. A licitante deverá considerar, na elaboração do plano de ação, todos os elementos e itens desta proposta técnica, bem como os demais dados deste edital convocatório do certame, para a adequada prestação de serviços de Comunicação Corporativa Integrada, atentando para:
> a) lógica e clareza de exposição;
> b) consistência das relações de causa e efeito entre desafio e proposta de solução apresentada;
> c) relevância dos resultados apresentados;
> d) agilidade e eficácia das medidas adotadas.

A avaliadora **Ana Nery de Farias,** atribuiu a **nota 8** de 10 pontos a Recorrente, justificando que "*a organização do plano é clara e apresenta medidas coerentes com os desafios da área, ainda que com margem para maior detalhamento em termos de impacto e métricas.*"

Contudo, a proposta oferece um nível de detalhamento significativo e aderente aos requisitos do edital. O Plano de Ação, explicitado a partir da página 4 da proposta, dedica um pilar inteiro, o terceiro, ao 'acompanhamento e metrificação'. Neste item, foi definido claramente a importância dos KPIs (Key Performance Indicators) específicos para cada segmento de público, abrangendo não apenas o alcance (número de reportagens publicadas, alcance das publicações, tráfego no site), mas também o engajamento (número de compartilhamentos e comentários nas redes sociais, participação em lives e webinars), a qualidade da cobertura (tom das matérias, profundidade das informações) e o impacto das ações de mídia (aumento do número de inscrições nos cursos, melhora na percepção do público).

Além disso, houve o detalhamento das ferramentas de análise que serão utilizadas para a verificação desses KPIs, como Google Analytics e métricas de redes sociais, além do monitoramento de mídia online e offline. Foi afirmado que os resultados serão apresentados em relatórios periódicos, analisados detalhadamente e utilizados para otimizar as

ações de aproximação, ajustando mensagens, canais e frequência, garantindo a eficácia das medidas adotadas.

A *"consistência das relações de causa e efeito entre desafio e proposta de solução apresentada"* e a *"relevância dos resultados apresentados",* critérios do edital, são diretamente suportadas por essa abordagem métrica. Acredita-se que a especificação de KPIs para alcance, engajamento, qualidade da cobertura e impacto nas inscrições demonstra um detalhamento robusto de como o impacto será medido, indo além de meras intenções e propondo mecanismos concretos de avaliação.

A profundidade e o escopo das métricas e impactos já apresentados são bastante abrangentes e detalhados. Reiteramos que a agilidade e a eficácia das medidas adotadas, também um critério editalício, são priorizadas por meio de ferramentas e processos claros de acompanhamento.

A avaliadora **Jamily Normando Amaral**, por sua vez, atribuiu a nota 4,50 de 10 pontos, sob o argumento de que *"observa-se uma inconsistência das ações apresentadas, as quais demonstram um caráter excessivamente genérico. Embora as ações propostas sejam criativas, elas fugiram do escopo definido pelo escopo criativo. De outro lado, destaca-se sua maneira positiva à sugestão da segmentação geográfica como elemento fundamental, valorizando talentos regionais.*"

Ocorre que, a nota 4,50, com a justificativa de inconsistência e caráter genérico que foge ao escopo, é contraditória com o detalhamento e a especificidade da "Estratégia de Relacionamento com a Mídia" apresentada nas páginas 4 a 6.

A estratégia é claramente segmentada e personalizada, abordando a "*diversidade do público, a necessidade de regionalização, a riqueza das escolas temáticas e o sistema pedagógico desenvolvido pelo programa*". *Isso refuta a alegação de* "*caráter excessivamente genérico*".

A proposta não foge do escopo criativo, mas o abraça por meio da segmentação da mídia (impressa, online, audiovisual, influenciadores digitais) balizada pelos nichos das escolas temáticas e pela segmentação geográfica, com foco no programa GIRO SP PRO. Essa personalização é precisamente o que o edital espera para o desafio de comunicação de um programa com tal abrangência estadual.

A própria avaliadora reconhece positivamente a "*sugestão da segmentação geográfica como elemento fundamental, valorizando talentos regionais*", o que valida a especificidade e aderência da estratégia ao contexto do CULTSP PRO.

Esta observação positiva contradiz a crítica de "*caráter excessivamente genérico*" e "*fuga do escopo*", demonstrando a consistência e relevância da abordagem.

Portanto, a estratégia é altamente consistente e relevante para os desafios de comunicação do CULTSP PRO.

Já a avaliadora **Natacha Mazzaro**, atribuiu a nota de 6 de 10 pontos, fundamentando que *"o plano atende aos requisitos básicos da proposta, com boa organização das ações, no entanto, não apresenta diferenciais criativos, nem estratégias inovadoras."*

A nota 6, embora reconheça que o plano "*atende aos requisitos básicos*" e possui "*boa organização das ações*", minimiza indevidamente os diferenciais criativos e as estratégias inovadoras presentes na proposta (páginas 4 a 6).

A estratégia de relacionamento com a mídia, por sua natureza 360°, já é um diferencial criativo e inovador, integrando múltiplos canais e adaptando a comunicação a diferentes públicos e regiões.

Os "*diferenciais criativos e estratégias inovadoras*" incluem:

- A utilização de teorias da comunicação (McLuhan e Castells) como base para a estratégia de diversificação de meios, o que confere embasamento técnico.
- A segmentação da mídia balizada pelos nichos das escolas temáticas (Ex.: veículos com forte cobertura de teatro, música e dança para a Escola de Artes, e veículos que abordem empreendedorismo cultural e gestão de projetos para a Escola de Inovação e Sustentabilidade).
- A priorização da prova social e do *storytelling* para humanizar a comunicação e aumentar o engajamento.
- O uso estratégico de grupos de *WhatsApp* para relacionamento ágil com a mídia e influenciadores.

- A integração profunda com o GIRO PRO SP, adaptando a comunicação às particularidades regionais.

Desta forma, esses elementos demonstram que a proposta vai além do básico, apresentando soluções que são, ao mesmo tempo, criativas, inovadoras e diretamente aplicáveis às especificidades do CULTSP PRO e seus objetivos.

Portanto, a média das notas atribuídas à Recorrente neste subquesito foi de **6,16**, valor que **não reflete a real qualidade técnica da proposta apresentada**, nem o grau de aderência aos critérios definidos no Edital.

Desta forma, requer-se a **revisão da nota atribuída no subquesito "Plano de Ação: Estratégia de Relacionamento com a Mídia"**, com sua **majoração de 10 (dez) pontos**, em conformidade com os méritos técnicos demonstrados e em respeito ao princípio da isonomia e da avaliação objetiva.

(iii). Subquesito 3 - Plano de Ação Ações a serem desenvolvidas pela contratada.

O presente subquesito também se fundamenta no item 3.2.3.17.2 do Anexo III do Edital, já anteriormente mencionado.

A avaliadora **Ana Nery de Farias**, atribuiu a **nota 4** de 5 pontos possíveis, sob a justificativa de que "*cobre bem o escopo do edital.*"

A proposta não apenas cobre o escopo, mas o faz de maneira exaustiva, inovadora e plenamente alinhada aos objetivos do CULTSP PRO e da Secretaria. O plano de ações, detalhado nas páginas 7, 8 e 9, apresenta uma estratégia 360° que integra mídias tradicionais e digitais, garantindo que a mensagem alcance o público de forma abrangente e consistente. Foi destacado a exequibilidade das ações e o uso inteligente dos itens previstos no Anexo VI do edital, o que demonstra a otimização dos recursos e a entrega de resultados efetivos.

A proposta detalha ações em diversas frentes, como:

- Planejamento e definição de cronograma: com orientação sobre ações de mídia para cada canal (impresso, online, TV, rádio, influenciadores), prazos para a execução de cada ação, alocação da verba disponível e criação de um cronograma visual.
- Divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO: incluindo coletiva de imprensa (presencial e online) com apresentação do programa, seus objetivos, escolas temáticas e impacto na economia criativa, e KPIs específicos para essa ação.
- Divulgação das Escolas Temáticas: com produção de releases específicos para cada escola, destacando diferenciais, cursos, professores e histórias de sucesso dos alunos como prova social.
- Preparação da equipe interna: por meio de media training direcionado para porta-vozes, incluindo preparação para entrevistas em podcasts e videorreleases, e um modelo de comunicado para situações de crise.

Adicionalmente, foram propostas ações transversais e inovadoras que vão além do básico e que buscam maximizar o impacto, tais como:

- Rodas de conversa com especialistas: para gerar pautas e entrevistas.
- Visitas guiadas às escolas temáticas: proporcionando experiência imersiva para jornalistas e influenciadores.
- Cobertura de eventos culturais promovidos pelo estado: como oportunidade de divulgação do CULTSP PRO.
- Criação de conteúdo em parceria com a mídia: estimulando séries de reportagens, programas de TV e podcasts, além de produção de fotografias e captação de imagens de vídeos.

Desta forma, o detalhamento dessas ações, a sua diversidade e a sua abordagem estratégica e regionalizada, conforme o que foi exposto, demonstram não apenas uma cobertura completa do escopo, mas também uma proatividade e criatividade que se alinham à busca da excelência na comunicação do CULTSP PRO. As ações são interligadas e consistentes com o desafio de comunicação e os objetivos da Secretaria, garantindo a agilidade e eficácia necessárias.

Já a avaliadora **Jamily Normando Amaral,** atribuiu a nota **4,5** de 5 pontos, reconhecendo que "*a estratégia segmentada de mídia especialmente considerando a extensão territorial de estado é bastante pertinente.*"

A nota 4,50 indica que a avaliadora já reconhece a alta qualidade da proposta, destacando a pertinência da "*estratégia segmentada de mídia especialmente considerando a extensão territorial do estado*". Acredita-se que a nota integral de 5,00 é justificável dada a profundidade e abrangência das ações propostas, que vão além de uma mera "*cobertura do escopo*".

Conforme detalhado nas páginas 7, 8 e 9, as ações são multifacetadas, incluindo planejamento detalhado, divulgação de lançamentos e escolas temáticas, preparação de equipe interna, geração de conteúdo estratégico e humanizado, e um relacionamento contínuo com a mídia.

As ações transversais como rodas de conversa, visitas guiadas, cobertura de eventos e criação de conteúdo em parceria com a mídia demonstram um nível de proatividade e criatividade que busca maximizar o impacto da comunicação. A regionalização das ações com a mídia local transmídia e para o público em geral, adaptando a comunicação para as particularidades de cada uma das 15 regiões administrativas, reforça a pertinência e a aderência completa ao desafio do Edital.

A consistência, a relevância e a eficácia dessas medidas, aliadas à lógica clara de exposição, justificam a pontuação máxima.

Já a avaliadora **Natacha Mazzaro,** atribuiu a **nota 3** de 5 pontos, sob o argumento de que "*as ações propostas demonstram coerência com os objetivos do projeto, com foco no lançamento da nova fase da CultSP, contudo a abordagem é genérica.*"

A nota 3,00 e a justificativa de "abordagem genérica" são contraditórias com o detalhamento e a especificidade das ações propostas nas páginas 7 a 9. Embora se reconheça a coerência com os objetivos do projeto e o foco no lançamento da nova fase do CULTSP PRO, a crítica de genericidade não se sustenta.

A proposta apresenta ações altamente personalizadas e direcionadas:

- Divulgação das Escolas Temáticas: com foco em diferenciais, cursos, professores e histórias de sucesso dos alunos.
- Preparação de equipe interna: com media training direcionado para porta-vozes específicos da Secretaria.
- Divulgação do GIRO SP PRO: com convite à imprensa para eventos/workshops regionais com talentos/impacto local, e estratégias setorizadas por público.
- Geração de conteúdo estratégico e humanizado: com destaque para histórias de vida dos participantes como "prova social".
- Rodas de conversa com especialistas: com a participação de especialistas das áreas das escolas temáticas.
- Visitas guiadas às Escolas Temáticas: convidando jornalistas e influenciadores para conhecer instalações e cursos.

Essas ações demonstram um elevado nível de personalização e não uma "abordagem genérica", estando em plena conformidade com os critérios de lógica, clareza, consistência, relevância e agilidade do edital.

Assim, requer-se a **revisão da nota atribuída no subquesito "Ações a Serem Desenvolvidas pela Contratada"**, com sua **majoração para 5 (cinco) pontos**, diante da proposta apresentada.

(iv). Quesito 4 - Plano de Ação Materiais a serem produzidos.

O Anexo III estabelece o seguinte:

> 3.2.3.16 DESAFIO DE COMUNICAÇÃO - Para este exercício criativo, como desafio de comunicação, as licitantes devem propor uma estratégia de comunicação para 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.
> (...)
> 3.2.3.17.2.1. A licitante deverá considerar, na elaboração do plano de ação, todos os elementos e itens desta proposta técnica, bem como os demais dados deste edital convocatório do certame, para a adequada prestação de serviços de Comunicação Corporativa Integrada, atentando para:
> a) lógica e clareza de exposição;
> b) consistência das relações de causa e efeito entre desafio e proposta de solução apresentada;
> c) relevância dos resultados apresentados;
> d) agilidade e eficácia das medidas adotadas.

A avaliadora **Ana Nery de Farias,** atribuiu a **nota 3** de 5 pontos, sob a justificativa de que "*apesar de a proposta atender ao escopo, parte dos materiais indicados para a divulgação, remetem à publicidade, o que extrapola o briefing voltado especificamente para a assessoria de imprensa e mídia digital.*"

A inclusão de determinados materiais não extrapola, mas sim complementa e fortalece a estratégia de assessoria de imprensa e mídia digital, em total consonância com o que o edital define como 'comunicação 360º, de forma integrada, abrangendo tanto as mídias tradicionais quanto as tecnologias digitais.

A proposta, nas páginas 10 e 11, detalha os materiais a serem produzidos, dividindo-os em 'Materiais de Imprensa', 'Materiais de Divulgação' e 'Materiais de Apoio'. É importante destacar que, ao solicitar uma estratégia de comunicação 360º, o edital implicitamente abrange uma gama mais ampla de ferramentas e produtos de comunicação que se interconectam e se reforçam mutuamente.

Materiais como 'Flyers e cartazes' e 'Banners e displays', embora tradicionalmente associados à publicidade, foram propostos como materiais de apoio à assessoria de imprensa e às ações de mídia digital e regionalização. Por exemplo, os flyers e cartazes são vinculados à Divulgação das Escolas Temáticas, Divulgação do GIRO SP PRO, Visitas Guiadas e Ações de Regionalização com a mídia local. Da mesma forma, banners e displays estão vinculados à divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO, à divulgação das escolas temáticas, do GIRO SP PRO, das visitas guiadas às escolas temáticas e da cobertura de eventos culturais. Estes não são para veiculação paga de publicidade de massa, mas sim para serem utilizados como suporte visual e informativo em eventos, visitas e ações regionais de assessoria de imprensa e relacionamento com a comunidade, potencializando a visibilidade da pauta e o interesse dos veículos de comunicação.

Da mesma forma, os 'Vídeos institucionais e promocionais' são claramente destinados à divulgação nas redes sociais, TV (inserções em programas culturais, não como publicidade paga massiva) e eventos, e estão diretamente relacionados à geração de conteúdo estratégico e à criação de conteúdo em parceria com a mídia. O próprio edital, em seu item 3.2.3.16, pede que a comunicação abranja 'mídias tradicionais quanto às tecnologias digitais'.

Portanto, a inclusão desses materiais está alinhada à visão de comunicação integrada do edital. Eles servem como ferramentas de apoio e complementação para a assessoria de imprensa, oferecendo um leque mais rico de opções para pautar a mídia e engajar o público, seja online ou offline, e não como peças de publicidade avulsas. A relevância e a agilidade das medidas adotadas, critérios do edital, são maximizadas por essa diversidade de materiais que facilitam a atuação em diferentes contextos e com diversos públicos.

A avaliadora **Jamily Normando Amaral,** atribuiu **nota 3,50** de 5 pontos, alegando que *"apresenta descrição clara das propostas e resultados, além de encontrar bem fundamento, incluindo considerações baseadas em estatísticas.*"

A nota 3,50, embora reconheça a descrição clara, o fundamento e as considerações estatísticas, pode ser majorada para 5,00. A justificativa da jurada foca em aspectos de organização e embasamento, mas o conjunto de materiais propostos vai além, demonstrando a completude e adaptabilidade a uma comunicação 360°.

A proposta detalha 'Materiais de Imprensa' (releases gerais e específicos, kits de imprensa, Q&A, fichas informativas, comunicados de crise), 'Materiais de Divulgação' (flyers e cartazes, banners e displays, vídeos institucionais e promocionais, materiais para redes sociais, apresentações em PowerPoint) e 'Materiais de Apoio' (banco de imagens e vídeos, templates para documentos e apresentações). Cada um desses itens é essencial para uma comunicação corporativa integrada, conforme previsto no edital.

A relevância dos materiais é demonstrada pela sua vinculação direta às ações de comunicação e aos objetivos do CULTSP PRO, garantindo que a mensagem seja transmitida de forma eficaz e com os recursos visuais e informativos necessários. A acessibilidade dos vídeos, com legendas e audiodescrição, e a adaptabilidade dos materiais para diferentes canais de distribuição (redes sociais, TV, eventos, site do CULTSP PRO) reforçam a qualidade da entrega. A proposta de materiais demonstra consistência, lógica e clareza, elementos essenciais para a máxima pontuação.

A avaliadora **Natacha Mazzaro,** distribuiu a **nota 3** de 5 pontos, alegando que *"a proposta contempla materiais tradicionais e pertinentes no escopo de assessoria de imprensa, atendendo bem ao esperado.*"

Contudo, a nota 3,00, embora reconheça que a proposta "*contempla materiais tradicionais e pertinentes no escopo de assessoria de imprensa, atendendo bem ao esperado*", não valoriza a amplitude e a integração dos materiais propostos.

Além dos materiais "tradicionais" de assessoria de imprensa (como releases e kits de imprensa), a proposta inclui uma série de materiais voltados para as "tecnologias digitais", conforme a exigência do edital para uma comunicação 360°. Isso inclui: vídeos institucionais e promocionais para redes sociais e TV, materiais específicos para redes sociais (*posts, stories, Reels*), e um banco de imagens e vídeos de alta qualidade para uso da imprensa e equipe de comunicação.

A proposta não se limita ao "*bem esperado*", mas busca excelência ao fornecer um kit completo de ferramentas que se complementam e se reforçam em diferentes plataformas e contextos (eventos, ações regionais, online). A agilidade e eficácia das medidas adotadas são potencializadas por essa diversidade de materiais.

Dessa forma, requer-se a revisão do Quesito 4, com a consequente majoração da nota atribuída, atualmente fixada na média de 3,16, para 5 (cinco) pontos, em consonância com a qualidade técnica e a consistência da proposta apresentada.

(v). subquesito 5 - Oportunidade de Mídia Positiva

O Anexo III estabelece que:

> 3.2.2. (...)O setor é estratégico para o desenvolvimento socioeconômico, promovendo o fortalecimento das cadeias produtivas culturais e a preservação do patrimônio cultural. Mais informações: https://www.cultura.sp.gov.br/
> (...)
> 3.2.3.16.2. Os objetivos de comunicação são:
> A) Posicionar o CULTSP PRO como programa pioneiro na formação e capacitação em áreas inovadoras da Cultura, Economia e Indústria Criativas. Considerando que ensina, por exemplo, as bases do design de jogos; "Produção e Criação de Conteúdo Audiovisual para E-Sports", focando na crescente indústria de jogos competitivos; e "Apresentadores para televisão e mídias sociais", que prepara os alunos para atuar nas novas plataformas de comunicação, entre outros.
> B) Destacar a valorização da área cultural por parte da gestão, tendo o setor como potencial fonte de desenvolvimento social e econômico para a população do Estado de São Paulo, por meio principalmente do CULTSP PRO e em especial aos jovens em processo de formação profissional.
> C) Consolidar o papel fundamental da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas, por meio do CULTSP PRO, na consolidação da cultura como um vetor de inclusão social, cidadania e inovação no Estado de São Paulo.
> (...)

> 3.2.3.17.3. Oportunidades de mídia positiva: no máximo, 02 (duas) laudas, nas quais a licitante deverá apontar e detalhar 03 (três) aspectos positivos detectados com relação ao exercício criativo proposto, atentando para:
> a) lógica e clareza de exposição;
> b) relevância e pertinência dos itens apresentados com a atuação da CONTRATANTE, por intermédio da sua Assessoria de Comunicação, órgão pertencente ao SICOM – SISTEMA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO, descritos no exercício criativo.

A avaliadora **Ana Nery de Farias**, atribuiu a **nota 7** de 10 pontos, alegando que "*a proposta apresenta propostas de mídia pertinentes e bem estruturadas, contudo uma das sugestões foge parcialmente da abordagem esperada no exercício criativo, o que compromete a total aderência e escopo temático estabelecido.*"

Ocorre que, todas as três oportunidades apresentadas estão em total aderência e alinhamento com o escopo temático e os objetivos do exercício criativo e da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas.

Foram concebidas para atender aos objetivos de comunicação do edital de forma complementar e abrangente:

- **Oportunidade 1 – Viés Social e Transformação de Vidas:** esta proposta (página 14) está ligada ao objetivo 'B' do edital, que visa destacar a cultura como fonte de desenvolvimento social e econômico para a população do Estado de São Paulo, por meio principalmente do CULTSP PRO e em especial aos jovens em processo de formação profissional. Ao focar em jovens de regiões com menos acesso e na transformação de vidas, utilizando mídias tradicionais, canais locais e microinfluenciadores, demonstramos a capacidade de o programa alcançar populações minorizadas e vulneráveis, conforme público-alvo do edital. Isso é central para a visão de inclusão social e cidadania da Secretaria.
- **Oportunidade 2 – Valorização das Mídias Regionais e GIRO PRO SP:** esta oportunidade (página 14) aborda diretamente a abrangência do programa em todo o estado de São Paulo, conforme explicitado no edital. O GIRO PRO SP é um componente estratégico que leva as ações do programa a diversas regiões. A valorização das mídias regionais e a comunicação descentralizada são essenciais para garantir que as informações cheguem a todos os cidadãos do estado, um dos públicos-alvo (item 3.2.3.16.3 'A').

- **Oportunidade 3 – Fortalecimento das Cadeias Produtivas Locais e Preservação do Patrimônio Cultural:** esta oportunidade (página 15) alinha-se perfeitamente com a missão da Secretaria de fomentar as indústrias criativas e promover o fortalecimento das cadeias produtivas culturais e a preservação do patrimônio cultural, conforme explicitado no edital (item 3.2.2). Os cursos técnicos e oficinas voltados para áreas como produção cultural, sonorização, iluminação, figurino, cenotecnia e memória cultural contribuem para a profissionalização de agentes locais. A atuação com 'influenciadores comunitários' para evidenciar o reconhecimento e a continuidade de tradições culturais não 'foge', mas sim demonstra uma compreensão aprofundada da capilaridade necessária para alcançar o público-alvo e consolidar a cultura como um vetor de inclusão social, cidadania e inovação. É uma abordagem que valoriza o impacto real do CULTSP PRO nos territórios e comunidades, gerando mídia positiva através de histórias autênticas e enraizadas.

Todas as oportunidades apresentadas são pertinentes à atuação da Secretaria e sua Assessoria de Comunicação, e demonstram a relevância e pertinência exigidas pelo edital. Não há qualquer elemento que as desvie do escopo temático do CULTSP PRO, que engloba tanto a inovação quanto o desenvolvimento socioeconômico e a preservação cultural em suas diversas manifestações.

A avaliadora **Jamily Normando Amaral,** atribuiu a **nota 6,50** de 10 pontos, sob a justificativa de que *"a segmentação por região no estado configura-se como uma estratégia fundamental para assegurar maior fluidez na relação entre a banca e a oferta de vagas, contribuindo para uma comunicação mais eficiente e direcionada"*.

A nota 6,50 indica que a própria avaliadora já reconhece a alta qualidade da proposta, destacando a importância da segmentação regional. Acredita-se que a nota integral de 10,00 é justificável dada a profundidade e abrangência das oportunidades apresentadas, que vão além de uma mera "*segmentação por região*".

A proposta não se limita à segmentação geográfica, mas integra essa segmentação em três oportunidades distintas e complementares: viés social, valorização de mídias regionais e GIRO PRO SP, e fortalecimento de cadeias produtivas locais e patrimônio cultural. Cada uma destas abordagens é desenvolvida com lógica e clareza de exposição, e sua

relevância e pertinência são diretamente relacionadas aos objetivos de comunicação e à missão da Secretaria.

O detalhamento inclui a identificação de veículos e plataformas específicos para cada oportunidade (telejornais locais, rádios comunitárias, microinfluenciadores etc.), o que eleva a relevância e a aplicabilidade das propostas. A interconexão dessas oportunidades com os objetivos do programa e a valorização dos talentos regionais demonstram uma compreensão profunda e estratégica que justifica a pontuação máxima.

Já a avaliadora **Natacha Mazzaro,** atribuiu a **nota 6** de 10 pontos, alegando que "*as três oportunidades apresentadas são adequadas ao programa e estão bem detalhadas.*"

A nota 6,00, embora reconheça que as oportunidades são "*adequadas ao programa e estão bem detalhadas",* é passível de majoração para a nota máxima (10,00). As oportunidades não são apenas "adequadas", mas estratégicas e diferenciadas, demonstrando uma compreensão aprofundada do briefing.

A proposta vai além do básico ao vincular cada oportunidade diretamente aos objetivos de comunicação da Secretaria e às particularidades do CULTSP PRO. Por exemplo, a Oportunidade 1 foca no **viés social** do programa, atingindo públicos vulneráveis – um objetivo claro do edital. A Oportunidade 2 se concentra na **regionalização por meio do GIRO PRO SP**, essencial para um programa estadual. E a Oportunidade 3 destaca o **fortalecimento de cadeias produtivas e preservação do patrimônio**, utilizando influenciadores comunitários, o que é uma abordagem inovadora para pautas de mídia.

O detalhamento inclui a identificação de veículos e plataformas específicos para cada oportunidade (telejornais locais, rádios comunitárias, microinfluenciadores, mídias regionais, influenciadores comunitários), o que eleva a relevância e a pertinência das propostas e justifica a nota máxima.

Diante do exposto, é pertinente e plenamente justificada a revisão da nota atribuída à Recorrente, cuja média final no quesito foi de **6,50**, devendo ser majorada para **10 (dez) pontos.**

(vi). Subquesito 6 - Identificação dos Riscos a Imagem

O item 3.2.3.17.4 do Anexo III estabelece:

> Identificação dos riscos à imagem: de, no máximo, 02 (duas) laudas, nas quais a licitante deverá apontar e detalhar 03 (três) aspectos de risco à imagem detectados na atuação do órgão pelo desafio específico do exercício criativo, atentando para:
> a) lógica e clareza de exposição;
> b) relevância e pertinência dos itens apresentados com a atuação do órgão, por intermédio da sua Assessoria de Comunicação, no relacionamento diário com aos veículos de comunicação na busca incessante pela correta e necessária informação, considerando o exercício criativo.

A avaliadora **Ana Nery de Farias,** atribuiu a **nota 9** de 10 prontos, sob o argumento de que *"a identificação demonstra domínio técnico, e compreensão aprofundada dos objetivos do programa.*"

A proposta detalha de forma exaustiva e extremamente pertinente os três principais riscos à imagem, evidenciando uma visão completa e proativa da Assessoria de Comunicação da Secretaria (páginas 16 e 17):

- **Risco 1 - Rejeição da classe cultural e artística pela substituição das Oficinas Culturais:** reconhecemos a sensibilidade histórica e a importância das Oficinas Culturais, e nossa análise detalha os sentimentos de perda e resistência que podem surgir. Mais do que apenas identificar o risco, propomos ativamente que a comunicação institucional atue de maneira empática para minorá-lo, divulgando a abrangência, solidez e amplitude do CULTSP PRO entre lideranças e formadores de opinião, tratando este setor em expansão com total prioridade e informação customizada. Esta é uma análise que vai além da identificação, oferecendo uma estratégia de mitigação.
- **Risco 2 - Estranhamento e crítica pela extensão do CULTSP PRO para áreas não tradicionais (Ex. Tecnologia e Games):** este risco é fundamental para um programa inovador como o CULTSP PRO. Nossa proposta não só o identifica, mas também prevê as razões para esse estranhamento (abordagem além do convencional, interfaces com outras secretarias). A solução proposta é clara: a comunicação institucional deve trabalhar com fatos e dados que mostrem a extensão do novo programa, os sólidos investimentos previstos, sua disposição de alcançar um grande número de paulistas com iniciativas de qualidade, e a modernidade e precisão técnica de sua concepção, que inclui áreas e formações que, pela evolução tecnológica do século XXI, certamente virão a impactar, cada vez mais, a produção cultural e artística.

- **Risco 3 - Dificuldades de divulgação pelo tamanho e múltiplas vertentes do CULTSP PRO:** este é um risco inerente à magnitude do programa (impactar 130 mil paulistas em todas as 15 regiões do estado, e a multiplicidade de vertentes apresentadas pelo programa). A proposta não apenas aponta o risco de não conseguir uma divulgação suficientemente clara e ampla, mas também oferece uma solução estratégica de capilarização e uma proposta de comunicação em cascata capaz de alcançar e engajar atores essenciais para a disseminação e valorização da oportunidade que o CULTSP PRO representa. Sugerimos ir além das abordagens clássicas, reforçando parcerias com organizações da sociedade civil e formadores de opinião que atuam diretamente nos diversos territórios regionais, transformando-os em vozes essenciais para avalizar o programa.

A profundidade analítica de cada risco, aliada à proatividade na sugestão de planos de mitigação detalhados e alinhados à realidade do cenário comunicacional da Secretaria, demonstra não apenas um domínio técnico, mas uma compreensão de nível máximo dos desafios. A relevância e pertinência dos itens apresentados são inquestionáveis para a atuação da Assessoria de Comunicação.

A avaliadora **Jamily Normando Amaral,** atribuiu a **nota 3** de 10 pontos, alegando que *"apresenta lógica e clareza na apresentação, garantindo compreensão, mas as soluções são irrelevantes por não ser convincente.*"

A nota 3,00 para "*Riscos à Imagem*" é contraditória com a própria justificativa da jurada, que reconhece "lógica e clareza na apresentação" e "compreensão adequada de conteúdo". A afirmação de que as "soluções são irrelevantes por não ser convincente" é refutada pelo conteúdo detalhado nas páginas 16 e 17 da proposta.

Conforme exigido pelo edital, a proposta identifica e detalha 3 riscos relevantes (rejeição pela substituição das Oficinas Culturais; estranhamento pela extensão a áreas não tradicionais como Games/Tecnologia; e dificuldades de divulgação pela amplitude do programa). Para cada risco, são apresentadas análises aprofundadas sobre suas causas e impactos potenciais.

Mais importante, a proposta oferece estratégias de mitigação proativas e concretas para cada risco. A título exemplificativo, para o Risco 1, propõe comunicação empática e engajamento de formadores de opinião. Para o Risco 2, sugere o uso de fatos e dados para

demonstrar a modernidade e relevância das novas áreas. Para o Risco 3, propõe capilarização e comunicação em cascata com parcerias locais.

As soluções propostas são diretamente aplicáveis e demonstram um domínio técnico e compreensão aprofundada do cenário comunicacional. A relevância e pertinência dos itens apresentados são inquestionáveis para a atuação da Assessoria de Comunicação. A nota 3,00 não corresponde à profundidade e efetividade da análise de riscos e das soluções propostas.

Já a avaliadora **Natacha Mazzaro,** atribuiu a **nota 5** de 10 pontos, sob a justificativa de que "*as ações de riscos são pertinentes e apresentam ações mitigadoras, entretanto a inclusão de um dos desafios compromete centrais de um desafio, o que compromete a coerência analítica.*"

A nota 5,00, embora reconheça que as "ações de riscos são pertinentes e apresentam ações mitigadoras", é inconsistente com a alegação de que "a inclusão de um dos desafios compromete centrais de um desafio, o que compromete a coerência analítica". Pelo contrário, todos os riscos identificados na proposta (páginas 16 e 17) são diretamente derivados e intrinsecamente relacionados aos elementos do briefing do exercício criativo.

- **Risco 1 - Rejeição da classe cultural e artística pela substituição das Oficinas Culturais:** a própria introdução do briefing no edital menciona o CULTSP PRO como "reestruturação das Oficinas Culturais". Este é um desafio central e inegável para a coerência do programa.
- **Risco 2 - Estranhamento e crítica pela extensão do CULTSP PRO para áreas não tradicionais (Ex. Tecnologia e Games):** o edital especifica explicitamente as áreas de Tecnologia e Games como parte do CULTSP PRO. Identificar o potencial estranhamento é uma análise coerente com o caráter inovador do programa.
- **Risco 3 - Dificuldades de divulgação pelo tamanho e múltiplas vertentes do CULTSP PRO:** o próprio edital detalha a "abrangência do programa" em "todo o estado de São Paulo" e o objetivo de impactar "130 mil pessoas no Estado de São Paulo". Reconhecer a complexidade de comunicação de tal magnitude não "compromete a coerência analítica", mas a reforça, ao identificar um desafio intrínseco ao programa.

A análise de riscos é, portanto, precisa, contextualizada aos elementos do briefing e plenamente coerente, demonstrando a relevância e pertinência exigidas pelo edital.

Assim, requer-se a revisão da média atribuída à Recorrente, atualmente fixada em 5,66, com a consequente majoração para 10 (dez) pontos, diante da plena conformidade da proposta com os critérios do Edital.

E. Do quesito 2 - Análise diária de imagem do conteúdo publicado e/ou veiculado em jornais e emissoras de televisão.

O Anexo III estabelece que:

> 3.3. A análise diária de imagem (Auditoria do conteúdo publicado ou veiculado em veículos de comunicação - jornais, revistas, televisão, rádio e internet), dar-se-á mediante a apresentação de relatório analítico sobre as notícias veiculadas, que sejam relacionadas ou de interesse do órgão, identificando e detalhando os pontos positivos e os de risco à imagem, com fundamento na estratégia global de comunicação e sugerindo ações de Comunicação Coorporativa Integrada.
> 3.3.1. O relatório deverá ser feito especificamente de matérias do período de 09 de outubro de 2024 a 09 de novembro de 2024, com base na cobertura dos veículos de comunicação, servindo como caráter exemplificativo e demonstrativo as matérias disponibilizadas no endereço eletrônico.

A avaliadora **Ana Nery de Farias,** atribuiu a nota de 4 de 5 pontos, sob a justificativa de que *"está alinhada com os eixos, mas há margem para aprimoramento.*"

A proposta apresenta uma "*Análise Diária de Imagem*" detalhada (páginas 18 a 57), que cumpre integralmente os requisitos do Edital. O relatório cobre o período de 09 de outubro a 09 de novembro de 2024, analisando notícias veiculadas sobre o CULTSP PRO e identificando pontos positivos e riscos à imagem.

A análise demonstra alinhamento com os eixos estratégicos da comunicação ao contextualizar a repercussão do programa e propor ações de comunicação integrada para cada dia analisado.

A profundidade do relatório é evidente na análise de cada notícia individualmente, detalhando o veículo, plataforma, localização, enfoque e origem, além de uma análise específica de pontos positivos e riscos à imagem para cada data. As sugestões de ações de

comunicação são incisivas e variadas, buscando ampliação de presença na mídia, produção de conteúdo multimídia, campanhas publicitárias criativas, entrevistas em canais locais, entre outras. Isso demonstra um "aprimoramento" já presente na proposta.

A avaliadora **Jamily Normando Amaral,** atribuiu a nota 3 de 5 pontos, alegando que *"a análise foi conduzida de maneira aprofundada, com sugestões incisivas voltadas para mitigação de riscos. Contudo, identifica limitação de viabilidade das soluções embora estejam fundamentadas. há insuficiência na avaliação de implementação."*

A nota 3 para a "*Análise Diária de Imagem*" é contraditória com a própria justificativa da avaliadora, que reconhece uma "*análise conduzida de maneira aprofundada, com sugestões incisivas voltadas para mitigação de riscos*". As alegações de "*limitação de viabilidade das soluções*" e de "*insuficiência na avaliação de implementação*" não se sustenta.

A proposta oferece soluções de comunicação integrada que são, de fato, viáveis e passíveis de implementação pela Assessoria de Comunicação da Secretaria. Por exemplo, entrevistas em rádios e TVs locais, produção de conteúdo multimídia para redes sociais, campanhas publicitárias criativas, promoção de eventos e *workshops*, criação de canais de comunicação diretos e parcerias com espaços culturais.

As sugestões de ações de comunicação são práticas, operacionais e diretamente aplicáveis ao dia a dia de uma assessoria de imprensa e comunicação. A "*avaliação de implementação*" é inerente à clareza e natureza prática das sugestões, que são responsabilidades típicas de uma assessoria de comunicação. O relatório analítico demonstra relevância e pertinência ao identificar pontos positivos e de risco em matérias veiculadas.

A avaliadora **Natacha Mazzaro,** atribuiu a nota 3 de 5 pontos, justificando que *"a estrutura é adequada, mas análise extrapola elementos identificados nas matérias."*

A nota 3,00 para a "*Análise Diária de Imagem*", embora reconheça a "*estrutura adequada*", é inconsistente com a alegação de que a "*análise extrapola elementos identificados nas matérias*". Pelo contrário, a análise é rigorosamente baseada nas matérias fornecidas no briefing e nos elementos do exercício criativo.

A proposta analisa a cobertura midiática do CULTSP PRO (período 09/10/2024 a 09/11/2024), identificando pontos positivos e de risco **diretamente a partir das notícias veiculadas** e disponibilizadas pelo Edital.

Os "*pontos positivos e riscos à imagem*" são derivados da interpretação do impacto das notícias (ex.: baixa repercussão em veículos de grande circulação, desafios na execução, críticas do setor cultural, baixa adesão, "ciúme" entre municípios), que estão intrinsecamente relacionados aos detalhes do próprio programa CULTSP PRO e sua comunicação inicial. A análise não "*extrapola*", mas contextualiza e projeta os impactos a partir dos dados fornecidos, conforme esperado de uma auditoria de imagem.

As sugestões de ações de comunicação são baseadas nessa análise direta das matérias e visam mitigar os riscos e potencializar os pontos positivos, demonstrando a relevância e pertinência exigidas pelo edital.

Desta forma, requer-se a revisão da média atribuída à Recorrente, fixada em 3,33, com a consequente majoração para 10 (dez) pontos, diante da plena conformidade da proposta com os critérios do Edital.

F Da análise das propostas técnicas dos licitantes participantes.

Até aqui, destacamos a existência de inconsistências nas notas técnicas atribuídas à licitante Partners. Contudo, as análises comparativas com as notas atribuídas as demais concorrentes corroboram com a inconsistência de critérios adotados pela Comissão, o que resulta em notas com justificativas vagas ou contraditórias.

Embora se reconheça a autonomia individual de cada membro da Comissão para realizar suas respectivas avaliações, o elevado grau de discrepância observado entre as notas atribuídas levanta dúvidas quanto à uniformidade e à objetividade dos critérios efetivamente utilizados. Tal situação evidencia a ausência de clareza ou de aderência dos parâmetros adotados em relação às exigências estabelecidas no edital, o que compromete a transparência e a isonomia do processo avaliativo.

(i). Proposta Técnica do Consórcio CultSP.

A análise das notas conferidas ao Consórcio CultSP evidencia que diversas vulnerabilidades não foram devidamente consideradas, comprometendo a plena aderência aos critérios do edital, razão pela qual se justifica a solicitação de revisão e consequente minoração da nota atribuída. Além disso, é necessário o aprofundamento da análise quanto aos

critérios efetivamente utilizados pela Banca Avaliadora, uma vez que estes não parecem guardar coerência ou isonomia em relação aos critérios aplicados à avaliação da Proposta Técnica apresentada pela 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 subquesito.

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. A transição entre os múltiplos temas abordados (PIB, política liberal, programas específicos, equipamentos culturais, incentivos fiscais, games) carece de um fio condutor analítico consistente que amarre todos os elementos em uma tese central sobre o desafio de comunicação e a missão da Secretaria, além da mera citação de números e iniciativas. O texto inicial lembra uma introdução da Secretaria e do setor do que o "raciocínio básico" do proponente sobre o desafio de comunicação do CULTSP PRO.
- **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. O conceito central "A cultura de SP ativou sua versão PRO" é apresentado como condutor, mas sua gênese e como ele deriva diretamente da análise do contexto da Secretaria não conta com desenvolvimento para demonstrar a consistência exigida pelo edital.

No que se refere ao **Subquesito 2 – Estratégia de Relacionamento com a Mídia (Plano de Ação)**, a média da nota atribuída ao Consórcio CultSP foi de **9,66**, considerando-se a pontuação máximo de **10 (dez) pontos** para o referido item.

Mais uma vez, observa-se que a nota técnica elevada atribuída ao Consórcio CultSP não levou em consideração vulnerabilidades evidentes em sua proposta, que comprometem a plena aderência aos critérios estabelecidos no Edital. Dessa forma, deveriam ter impactado de forma significativa a avaliação do subquesito, contudo, foram desconsideradas ou minimizadas de forma injustificada, em aparente desconformidade com os parâmetros técnicos exigidos.

Dentre os pontos destaca-se:

- **Limitação de diferenciais criativos e inovadores na estratégia de mídia:** 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°. Não há, por exemplo, menção explícita de abordagens *específicas* ou inovadoras de como essa consolidação e fortalecimento seriam feitos de forma única para o CULTSP PRO.

No que tange ao **Subquesito 4 – Materiais a Serem Produzidos**, a média atribuída foi de 4,5 pontos, de um total possível de **5 (cinco)**. Todavia, entende-se que tal pontuação não reflete adequadamente a qualidade técnica do material proposto, sendo necessária sua **revisão e consequente minoração**, diante das **inconsistências significativas** identificadas na proposta, das quais as principais são:

- **Confusão entre materiais e ações/Serviços:** 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. Exemplos incluem "Planejamento de comunicação integrada", "Planejamento, gestão e criação de conteúdo para mídias sociais", e "Monitoramento on-line". O edital solicita especificamente "materiais a serem produzidos", o que implica entregáveis concretos. Essa mistura pode ser vista como uma falta de clareza na exposição e inconsistência com o que foi solicitado, impactando a lógica e a clareza.

Já em relação ao **Subitem 5 – Oportunidade de Mídia Positiva**, a média atribuída foi de **7,16 pontos**, de um total de **10 (dez).** Contudo, há clara confusão entre o foco do que é solicitado e o que é de fato, apresentado, conforme se segue:

- **Foco na Secretaria vs. Foco no CULTSP PRO:** 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. A ênfase pode ser questionada em relação à total aderência ao desafio específico.

Por fim, quanto ao **Subitem 6 – Identificação de Riscos à Imagem,** a média atribuída foi de 8,83 pontos de um total de **10 (dez).** Contudo tal subitem também precisa ser revisto diante das seguintes inconsistências:

- **Foco da análise em pesquisa própria vs. materiais Fornecidos:** embora os riscos identificados sejam pertinentes ao briefing e ao contexto do tema do desafio proposto, a proposta do Consórcio CultSP, para justificá-los e detalhá-los, se baseia *majoritariamente* em dados de uma pesquisa *realizada pelo licitante* ("Pesquisa realizada com 48 jornalistas da editoria de cultura").
- **Ausência de "Soluções convincentes" e "Avaliação de implementação" para mitigação:** embora o Consórcio CultSP identifique riscos pertinentes e ofereça breves direcionamentos para mitigação dentro da descrição de cada risco, as soluções são mais conceituais do que operacionais e táticas, o que pode ser visto como uma insuficiência na efetividade da análise e da capacidade de resposta da Assessoria de Comunicação.

Reitera-se, aqui, o quanto aduzido no tópico *"**A. Conflito de interesses. Da necessidade de imparcialidade dos membros da banca avaliadora"*** deste recurso. Na eventualidade de manutenção dos atos praticados, sem prejuízo da provocação dos órgãos de controle interno e externo competentes, requer-se, no mérito, uma revisão da Proposta Técnica apresentada pela Concorrente Consórcio CultSP, a fim de ser atribuído notas de acordo com os critérios estabelecidos no edital.

(ii). Proposta Técnica da Concorrente CDN.

A proposta técnica apresentada pela empresa **CDN** também apresenta inconsistências relevantes que merecem revisão, conforme se expõe a seguir:

Subquesito 2 – Plano de Ação – Estratégia de Relacionamento com a mídia: apesar de haver convergência, por parte da Comissão ao afirmar que o conteúdo da estratégia se mistura com o restante do plano e carece de clareza expositiva, a nota conferida é desproporcionalmente alta. O edital exige apresentação clara e estratégica.

Subquesito 6 – Identificação de riscos à imagem: no que se refere a este subquesito, 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.

(iii). Proposta Técnica da Concorrente Fator F.

Em todos os Subquesitos apontados nos itens a seguir, observa-se uma grande inconsistência de mérito e de critério entre as avaliadoras, para justificar as notas conferidas.

No **subquesito 2**, as avaliações de Ana Nery e Jamily, que consideraram o plano conceitualmente adequado contradizem a avaliação de Natacha; e a crítica geral sobre "falta de detalhamento" não condiz com a nota final apresentada.

No **Subquesito 3**, a avaliadora Jamily é bastante enfática ao criticar a vedação ao impulsionamento, dentre outros pontos, mas a penalidade proposta parece leve demais, para algo que não integra o objeto da licitação ou que poderia ser "vedada" (apontamento da avaliadora).

No **Subquesito 5** – **Oportunidades de mídia positiva**, a avaliadora Ana Nery manteve a pontuação em 80% da nota máxima, ainda que tenha apontado uma das oportunidades apresentadas pela licitante como "fora do tema proposto pelo briefing". E a avaliadora Natacha afirmou que a estratégia foi apresentada de forma genérica, com lacunas na articulação prática e pouca clareza sobre os canais e meios propostos, mas ainda assim mereceu uma nota 7 de 10 pontos.

Assim, verifica-se a divergência no entendimento e critérios adotados entre as integrantes da Comissão.

(iv). Proposta Técnica da Concorrente In Press.

As incoerências e falhas na padronização do julgamento permanecem, pois a qualificação escrita é discrepante com as notas conferidas, o que pode ser interpretado como julgamento subjetivo desproporcional. A título exemplificativo, a avaliadora Jamily afirma que o plano apresentado é "genérico" e "não aderente ao briefing", mas concede 4/5 (80% da pontuação); enquanto a avaliadora Ana Nery, por motivo semelhante, aplica apenas 2,5/5, o que parece mais lógico.

Da mesma forma, no que tange ao **Subquesito 4 – Plano de Ação - Materiais a serem produzidos**, as avaliadoras Ana e Natacha criticam a ausência de separação entre materiais e o restante do plano, o que comprometeria a clareza, mas a nota técnica conferida não parece ser coerente com a gravidade da falha apontada.

Diante de todo o exposto ao longo deste recurso, verifica-se a existência de diversas falhas na condução da avaliação técnica, notadamente pela **ausência de critérios objetivos e uniformes**, o que resultou em **inconsistências nas notas atribuídas** e em **tratamento desigual entre as licitantes**. Tal conduta viola frontalmente o **princípio da isonomia** e o dever de **julgamento objetivo**, ambos previstos no **artigo 5º da Lei nº 14.133/2021.**

Diante desse cenário, requer-se a revisão das avaliações questionadas, com a devida correção das pontuações atribuídas, a fim de **restabelecer a legalidade, a transparência e a isonomia do certame**, em estrita observância ao disposto na legislação vigente e aos princípios que regem a administração pública.

III. REQUERIMENTOS.

Por todo o exposto, a **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.** requer o acolhimento do recurso ora interposto para anular os atos praticados pela Banca Avaliadora, composta por dois terços de profissionais recentemente ligados às empresas **FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA. e FSB DIVULGAÇÃO LTDA.,**

integrantes do **CONSÓRCIO CULTSP.,** em decorrência da manifesta situação de conflito de interesses, conforme o tópico **A** do **Título II** deste recurso.

No mérito, por mera eventualidade, requer o provimento para **revisar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes mencionadas**, especialmente no que se refere às notas atribuídas de forma inconsistente e desproporcional, nos termos especificados nos tópicos **B** a **F** do **Título II** deste recurso. Especialmente, requer a **revisão da nota técnica da Partners,** aumentando-a substancialmente, de modo a assegurar a isonomia e o julgamento objetivo.

Caso não ocorra a mencionada retratação, requer seja **encaminhado o processo à autoridade competente para que seja dado provimento ao presente recurso**, sem prejuízo do direito à provocação dos órgãos de controle (art. 170, §4º da Lei 14.133/2021[2]) e Poder Judiciário (art. 5º, inc. XXXV, da Constituição da República[3]).

Pede deferimento,

Belo Horizonte/MG, 03 de julho de 2025.

EDUARDO PAOLIELLO NICOLAU:02930841656

Digitally signed by EDUARDO PAOLIELLO NICOLAU:02930841656
DN: C=BR, O=ICP-Brasil, OU=11508222000136, OU=Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB, OU=RFB e-CPF A3, OU=(EM BRANCO), OU=certificado digital, CN=EDUARDO PAOLIELLO NICOLAU:02930841656
Reason: I am approving this document
Location: your signing location here
Date: 2025.07.03 20:05:11-03'00'
Foxit PDF Reader Version: 11.1.0

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

[2] Art. 170 (...)
§ 4º Qualquer licitante, contratado ou pessoa física ou jurídica poderá representar aos órgãos de controle interno ou ao tribunal de contas competente contra irregularidades na aplicação desta Lei.
[3] Art. 5º(...)
XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;