



**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 0158/2022**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2022**

**ATA DE REUNIÃO PARA ANÁLISE DA PONTUAÇÃO TÉCNICA**

Ao quinto dia do mês de abril de dois mil e vinte e dois (**05/04/2022**), às 13:00 horas, reuniu-se, na sala de reuniões da Câmara Municipal de Macaé, situada na Avenida Antônio Abreu, 1805, Horto – Macaé/RJ, a Subcomissão Técnica, composta por: Monalisa Fagundes de Sá, CPF nº 056.701.916-09, sem vínculo com a Câmara Municipal de Macaé, Mario Luiz Machado da Silva, CPF nº 866.651.197-87, sem vínculo com a Câmara Municipal de Macaé e Diogo dos Santos Giglio, CPF nº 090.060.477-83, com vínculo perante a Câmara Municipal de Macaé, para análise do invólucro 1 referente a **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº. 001/2022**, cujo objetivo é a **CONTRATAÇÃO DE 01 (UMA) AGÊNCIA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, SOB DEMANDA, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE DE COMPETÊNCIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ AOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO**, conforme edital de licitação.

Conforme previsto no subitem 13.7 do edital da Concorrência Pública nº001/2022, a Comissão Permanente de Licitação encaminhou para esta Subcomissão Técnica o total de 03 (três) invólucros contendo as Propostas Técnicas – Plano de Comunicação Via Não Identificada.

“13.7. Os Invólucros abertos e todo o seu conteúdo serão encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento, de forma individualizada, ou seja, será encaminhado o Invólucro nº 01 e após julgamento e devolução para a Comissão Permanente de Licitação, será encaminhado o Invólucro nº 03.”

Foi informado pelo Presidente da Comissão Permanente de Licitação, Sr. Marcelo da Silva Pinto, que no dia 24 de março de 2022, foram recebidos os invólucros para serem analisados por esta Subcomissão Técnica.

Conforme previsto nos subitens 13.8, 13.9 e 13.9.1 do edital, a Comissão Permanente de Licitação apenas irá disponibilizar para a Subcomissão Técnica os invólucros nº 03 – Conjunto de Informações, após o término da análise do plano de Comunicação – Via Não Identificada.

“13.8. A Subcomissão Técnica procederá a análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não



ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Identificada (Invólucro nº 01) e do Conjunto de Informações (Invólucro nº 03), respeitado o procedimento legal e conforme critérios e quesitos estabelecidos neste Briefing, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento, observado o disposto no subitem 10.1.3.3.

13.9. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

13.9.1. A Subcomissão Técnica justificará os pontos concedidos em cada item do critério de avaliação;"

Os membros da Subcomissão Técnica analisaram as propostas técnicas e emitiram suas notas, entre os dias 28/03/2022 (início) à 05/04/2022 (término), prazo geral de julgamento realizado.

Registramos que, os dias entre início e término que não tiveram julgamento, a sala de reuniões permaneceu devidamente fechada evitando acesso.

Conforme previsto no anexo VI do edital, quando um quesito ou subquesito terminar com diferença entre a maior e a menor pontuação superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima será necessária uma reavaliação da pontuação atribuída, com a finalidade de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas.

"c) A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

d) A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.



e) Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.”

Os membros da Subcomissão Técnica tiveram acesso às pontuações e às justificativas ofertadas por cada um dos membros.

Os membros da Subcomissão Técnica partiram para a reanálise das propostas técnicas dos invólucros nº 01.

Depois de reavaliarem as notas dadas, em obediência ao item 13.9.1, alíneas “d” e “e”, e em respeito ao princípio da transparência, seguem as justificativas registradas no invólucro 01 para os itens cuja diferença percentual superou os 20%:

#### **Câmara e você: juntos por Macaé**

Julgador: Mário Luiz Machado Silva

- 1.3.1 - Na opinião do jurado, a licitante atendeu plenamente ao demandado.
- 1.3.3 - Novamente, a licitante atendeu o objetivo em relação ao universo cultural dos segmentos de público alvo.
- 1.4.2 - A capacidade analítica da análise foi feita com sucesso.
- 1.4.6 - Para o jurado, a otimização da mídia segmentada foi bem planejada.

#### **Quando cada um participa, o benefício é de todos**

Julgador: Mário Luiz Machado Silva

- 1.2.1 - Para o jurado, a adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza da Câmara poderia ser mais direto.
- 1.2.4 - Na opinião do jurado, a adequação e a exequibilidade poderia ser mais específica.
- 1.3.2 - poderia ser mais abrangente a adequação à estratégia de comunicação.

Julgador: Diogo dos Santos Giglio

- 1.3.4 - A ênfase mais acentuada nas redes sociais pode aumentar eficácia neste ponto, em relação à multiplicidade de interpretações.
- 1.3.5 - Um enfoque mais agudo nas redes sociais faria a diferença na originalidade da combinação dos elementos.

Julgador: Monalisa Fagundes de Sá

- 1.4.5 - Para a jurada, o plano simulado de distribuição das peças poderia ser melhor aplicado.
- 1.4.6 - A otimização da mídia segmentada deveria ser melhor executada.

#### **Aqui a voz das ruas vira Lei**



ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador: Monalisa Fagundes de Sá.

1.3.3 - Segundo a jurada, a peça fala somente para o público jovem, não adequando, assim, ao universo cultural dos públicos alvo.

1.4.2 - A capacidade analítica não atende pois a população entende ao contrário do que o slogan propõe.

Julgador: Mário Luiz Machado Silva

1.3.7 - Na opinião do jurado, a pertinência às atividade de comunicação da câmara é positiva.

1.3.9 - Ficou faltando profundidade em relação a exequibilidade das peças. esforçada.

1.3.10 - Segundo o jurado, a compatibilidade da linguagem utilizada não atendeu a todos os segmentos sociais.

1.4.4 - Carece de mais informações sobre a economicidade, oportunidade e pertinência no uso dos recursos.

1.4.5 - Segundo o jurado, faltam mais detalhes de economicidade na aplicação das verbas.

Julgador: Diogo dos Santos Giglio

1.4.6 - Atende ao demandado em relação ao uso de mídia segmentada.


A Subcomissão Técnica avaliou em conjunto cada invólucro de proposta técnica e apresentaram suas notas.

Segue abaixo as notas apuradas:


TEMA	NOTA FINAL
Aqui a voz das ruas vira lei	50,30
Quando cada um participa, o benefício é de todos	61,97
Câmara e você: Juntos por Macaé	55,32

Nada mais havendo a tratar, foi dada por encerrada a reunião as 14h10min.

Macaé/RJ, 05 de abril de 2022.

  
\_\_\_\_\_  
Monalisa Fagundes de Sá  
CPF nº 056.701.916-09

  
\_\_\_\_\_  
Mário Luiz Machado da Silva  
CPF nº 866.651.197-87

  
\_\_\_\_\_  
Diogo dos Santos Giglio  
CPF nº 090.060.477-83

**INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:**

*Aqui a voz das ruas vai ser ouvida*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio				
<b>1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)</b>								
<b>1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)</b>								
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4			4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3			3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3			3	
<b>1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)</b>								
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4			4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4			4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5			1,5	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5			1,5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5			1,5	

*De*

*11/11*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

*Agui e voz das Ruas Nova Lusi*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

PONTUAÇÃO MÁXIMA	1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)				SITUAÇÃO	MÉDIA
	Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio			
3	3	3	3			3
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.						
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	2	2		1,66
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1		1,33
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1

*[Handwritten signature]*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

*Apresentar a voz dos seus jovens*

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio			
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	1	2		1,66	
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	2	1	2		1,66	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)							
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5		1,5	
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	0	1	1		0,66	
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	1,5	3		2,5	
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	1,5	3		2,5	
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	1	1	2		1,33	
TOTAL							50,30

*[Handwritten signature]*

**INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:**

*Quanto cada um pontuou, o beneficiário e a lista*

**CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ**

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

Monalisa Fagundes de Sá

Mario Luiz Machado da Silva

Diogo dos Santos Giglio

SITUAÇÃO

MÉDIA

**1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)**

**1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)**

1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3		3
<b>1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)</b>						
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	2	4		3,33
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4		4
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	4,5	3		2,5
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3

*De [assinatura] 01*



**INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:**

*Quando cada um participa & beneficia-se de todos*

**CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ**

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	PONTUAÇÃO MÁXIMA	1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)				SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	1	2		1,66	
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	1		1,66	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	2	1		1,66	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	

*de de 01*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

*Quanto cada um partecipa o bom fuso n° de horas*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio			
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2	2		2
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2	2		2
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)							
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2	2		2
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação as duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2	2		2
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1,5	3	3	3		2,5
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	1	2	2	2		1,66
TOTAL							6,166

*[Handwritten signature]*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **CÂMARA DE VOCÊ: SUJITOS POIL MACAÉ**

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA					SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio				
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)								
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)								
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4	4		4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	3	3	3		3	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)								
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4	4		4	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	4	4	4		4	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3	
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5	1,5		1,5	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	1,5	1,5	1,5		1,5	

 018

**INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:**

*Câmara e Vere: juntos por Macaé*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diogo dos Santos Giglio			
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos;	3	3	3	3		3	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)							
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1		1,33	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1		1,33	
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2		2	
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1		1	

*PD SF of*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

*Canais e vocais: pontos por pessoa*

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA				SITUAÇÃO	MÉDIA
		Monalisa Fagundes de Sá	Mario Luiz Machado da Silva	Diego dos Santos Giglio			
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	2	2	2		2
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	2	2	2		2
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)							
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1	1		1,33
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	1	1	1		1
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	3	3	3		3
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	1	2	1	1		1,33
TOTAL							55,32

55,32

*[Handwritten signature]*



Moralina Siqueira de S.

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

Agui a 003

da rua Nova de

OBSERVAÇÃO

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	Pisa bastante ruim. Fale somente para o público jovem
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	Podria ser melhor distribuída
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Bonitona, mas não está organizada. Sem originalidade
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	A simplicidade com que se apresenta atrai bem, é satisfatória
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	Faltar um pouco de riqueza e firmeza no texto
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensina, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	Um pouco em evidência. Podria ser melhor
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	não há dificuldade no encargo de peças.
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	Embora a campanha esteja muito decorada ao público jovem, ela tem uma linguagem clara.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	necessário se atentar mais aos hábitos de consumo
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	0	A população entende ad contornos de que o slogan propõe
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	Campanha tem consistência. Mudar o foco em necessidade.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	Recursos bem explorados

RF [Signature]

Moralina Fagundes da Silva

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Agui e voz das ruas onde fui

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	A economicidade de aplicação de verba de mídia está dentro dos parâmetros
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	Resultado alcançado menor que o previsto apesar da

DF PD



Monalice Fagundes de Jesus

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Quando cada um partilhar, o benefício é de todos.

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)

1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4		Plano e objetivo. Muito real e original (como um discurso com família e os amigos abordados neta ocasião) e mensagem e facilmente compreendida pelo receptor. Realizada, o candidato demonstra a dimensão da população para a qual participará na elaboração de estratégias e atividades de trabalho. Mensagem realista e objetiva. A realidade precisa ser considerada para o benefício da participação popular e não ficar em plano.
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3		
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3		

1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4		Partido. Fala ao indivíduo tocando no coletivo. O texto e o protagonista. Sua participação faz benefício para o coletivo. O texto não deixa a margem a dúvidas. A participação que envolve os cidadãos.
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4		
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3		Quem une proximamente. A ideia é ser simples mas a forma, participação de todos e trabalho dos cidadãos = resultados (desempenho)
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3		Deu uma boa estrutura. Em boas momentos. Participação transparente, simples.
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3		Plano e objetivo. Não deixa margem a dupla interpretação
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3		A campanha é atrativa, inovadora e pública. 3 - Delia Chaves de Almeida

1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2		Objetivo clara com as imagens, com as fotografias = público alvo, cores que para dar a mensagem
---	---	---	--	---

1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2		boa estrutura.
--	---	---	--	----------------


DF [Signature]

Mônica Fagundes de Sá

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Quando cabe um postar, e o benefício de se fazer*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Super aderente, muito objetiva</i>
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Suavemente educativa, não tem com não compreender e mensagens. Linguagem redundante</i>
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Os elementos representam bem a campanha por começar sobre o público e a câmara</i>
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Plano e objetivos.</i>
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Alinda o requisito pela similitude que é trazer o público.</i>
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Inquirir de dados bastante sem poder a ideia principal dos pontos finais.</i>
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>De fácil execução</i>
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	<i>Linguagem simples, para atingir a todos e qualquer tipo de público.</i>
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	<i>Acompanhar bem o gradiente de consumo de comunicação pelo público</i>
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Segue a mesma linha de raciocínio, se puder o foco</i>
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Plano bem definido e distribuído.</i>
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	<i>Recursos bem aplicados</i>

*DF*



Monalice Fagundes de Sá

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

Avance cada um participar, o bem físico e do local.

1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

O plano a mim de distribuição das peças parece ser muito aplicadas.

OBSERVAÇÃO

1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Severia em mídia segmentada

01

Mônica Fagundes de Se-

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Câmara e boca, junho por Macaé

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	As ações de comunicação publicitária atende
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	Atende a atender seus pontos, e atende a atender o desafio
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos a natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	A temate para mensagem de unid.
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	Atende a expectativa, atende a se trata um ponto no
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	Atende a expectativas.
1.2.4 - A adequação e a executividade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	mais a disponibilidade para o trabalho de campo, mas talvez não para suas atividades. Se realmente
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	Argumentativos, pois as funcionalidades. Não atende interesse
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	Funcional.
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	Trabalha a multiplicidade de desdobramentos, em vários níveis e campanhas nos diversos meios de comunicação e meios.
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	Muito complexa. Não promover engajamento.

DF de

Monalice Fagundes de S.

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

Camione e vozes, juntos por pessoas

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	1	A campanha não tem novidade. Alonga-se o público infantil, pelo colorido, mas não concorre com o público - que
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	Atender a expectativa.
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Um pouco ex-atividade.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	A simplicidade é uma das características de campanhas
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	Campanha pertinente à abordagem de assuntos de âmbito
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	Foco do público adotado pela campanha proposta
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	há dificuldade na execução. É necessário.
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	A linguagem utilizada é clara e objetiva
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	Atender a expectativa
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	A capacidade analítica pode ser baseada em conteúdos
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	Em consistência com a multiplicidade das peças.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	Recursos bem aplicados.

DF  
DB  
D

Monalice Fagundes de S

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

*Câmara e Vereadores*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;

3

3

*Atende a expectativa*

1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.

2

1

*Embora tenha atende a expectativa poderia ter sido melhor atendida.*

*DF PD SA*

Manoel de Araújo

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: "Capim a Noz das Nozes (Mina Lei)"

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)  
1.1 - Roteiro Básico: 10 (dez)

1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	afundar o objetivo
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	gestor, afundar (not. máxima, igual a 3)
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	profundar
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	Bom, afundar
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	profundar
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1.5	sent que ficou faltando informações
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1.5	conceito de meios informativos
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1.5	três faltas profundidade
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	afundar o objetivo
1.3 - Idéia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	a ideia é boa
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	afundar o objetivo

af  
  


INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: "Capacitação dos membros da Comissão Técnica"

Quem é o Sr. Silva

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	Boa
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	Boa em termos amplos
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Conceito de temas interessantes
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	atender
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	Boa
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	fica faltando profundidade
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	1	fica faltando profundidade
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	1	não atender aos seguintes aspectos
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1.5	sim, falta de temas interessantes
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	cabe que ficam faltando em termos amplos
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	Boa em termos amplos
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	1.5	Conceito de temas interessantes

DF  
  




Quintana M. Sil

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: "Cegonha Neg das Mães More Lúci"

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	1.5	Concor de Orçamento
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	1	Podem ser Orçamento

11 11 11

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Quanto cada um participa, o beneficiário de fato

Quanto cada um participa

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

		1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)		1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)	
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4		postei da linguagem e de informalidade	
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3		esfornar os pontos e os pontos	
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3		atender o objetivo	
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)					
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	2		pedir em mais detalhes	
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4		a linguagem foi mais abrangente	
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3		a ideia tem princípios, meios e fim	
1.2.4 - A adequação e a executibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1.5		pedir em mais especifica	
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	3		afundar o que foi proposto	
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3		o argumento e com	
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)					
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2		esfornar e atender	
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1		pedir em mais abrangente	

01



Maria Inês

INVÓLUCRO N.º 01 - TEMA: "Quem não sabe participar, o trabalho é de fora"

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	atual a necessidade atual
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	atual plenamente
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	2	esta sim de proposta
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	atual na proposta
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	atual e atual
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	propor, atual a proposta
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	atual plenamente
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;	2	2	colorido direto e objetivo
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	questão conhecimento
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	perfil, atual plenamente
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	Plano em detalhe
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	perfil e objetivo

CI

Wingberg MSB

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: "Quem sabe mais profissões, o brasileiro e o foto"

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	Bairros e edifícios
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	afundar planejamento

01/10/11

de

Amigável em SL

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: "Câmara e Nós, juntos por Macaé"

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Roteiro Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	atender a ideia da proposta
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	ficar dentro do objetivo proposto
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos.	3	3	positivo, simples e prático
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	positivo, atender o objetivo
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	atender plenamente
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	atender, muito bem
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1.5	Ficou excelente profissional
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1.5	ficou excelente profissional
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	atender o objetivo
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	atender plenamente
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	Ficou em mais detalhes

OK

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: "Câmara e Voz. Sufixo por Macaé"

Moira FyMSilk

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	atender o objetivo
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	2	atender o objetivo
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Bastava ser mais simples
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	atender o objetivo
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	fazer uma ligação
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	sentir que nasce de mais detalhes
1.3.9 - A executibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	Bom, atender
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	atender o objetivo
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	atender o objetivo
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	atender plenamente
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	conceito de meios adequado
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	perfil

af af

*Christina Ansilin*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

*'Câmara e Nós: Junho por Massa!'*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	<i>apenas planamente</i>
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.	2	2	<i>Postar, postar</i>

*01 P B*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

AQUI A VOZ DAS RUAS VIRA LEI

Diego Galvão

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)			
1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	As ações atingiram o objetivo.
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	Conseguiram compreender bem o problema e no enfrentamento
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	Os objetivos foram expostos de maneira clara e objetiva
1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	Amplas no entendimento de maneira a facilitar o desenvolvimento da comunicação.
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	A consistência lógica e a pertinência da argumentação são excelentes.
1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	1,5	Apresenta-se o conceito de participação ativa da população, o resultado é um bom trabalho. As ações de comunicação são bem planejadas, mas não conseguem transmitir a importância e a importância para a comunidade.
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	A praticidade dos textos e a importância de cada ponto são excelentes.
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	A praticidade dos textos e a importância de cada ponto são excelentes.
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	Atende ao objetivo.
1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	2	A ideia criativa se adequa bem ao desafio de comunicação.
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	2	Segue a estratégia de comunicação.

  018



INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: **ADUI A VOZ DAS RUAS VINA LEI**

*Diogo Silva*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	A ideia é fundamental para as diferentes questões, apesar de suas diferenças.
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	Necessariamente, dependendo de quem a questiona, as participações ativas da população nos seus tempos e possibilidades das horas temáticas, como dia etnográfico, as multiplicidades temáticas, os momentos, as possibilidades de participação, uma vez que as pessoas nos questionamentos.
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	Bastante simples.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	Esta objetividade e profundidade.
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	1	O projeto não condiz com a realidade, mas atende às públicas.
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	1	Elementos reais.
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	A linguagem atinge um problema os alunos.
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	1,5	Nota dada em função da qualidade e da linguagem usada. Além disso os gráficos de 15" não possibilitam de modo nenhum a leitura necessária no sentido de permitir a percepção da importância dos dados que são apresentados.
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	1	Seguindo as análises de quem autorizou, além de problemas com a linguagem, as partes da facilidade de leitura dos dados.
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas mídias anteriores: 2 (dois) pontos;	2	1	Segue a distribuição quanto ao ALDOE.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	Atende as demandas.

*[Handwritten signature]*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Aqui a voz das Ruas Vila Rei*

*Diogo Fialho*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	<i>Atende as demandas.</i>
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	2	<i>Atende as demandas.</i>

*[Signature]*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **CÂMARA E VOCÊ: JUNTOS PÓL MACAÉ**

*Diogo Figueira*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
<b>1. - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)</b>			
<b>1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)</b>			
1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;	4	4	As ações atendem de forma satisfatória os eyles.
1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;	3	3	Em seu texto, o proponente demonstra entender bem o desafio de comunicação, tanto as direções gerais quanto aspectos de forma clara, de maneira que fica evidente o entendimento da empresa.
1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	3	
<b>1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)</b>			
1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos;	4	4	O partido temático e o conceito proposto atendem bem os membros da Câmara.
1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos;	4	4	O texto apresenta de maneira consistente e organizada ideias sobre o partido temático e o conceito proposto.
1.2.3 - A riqueza de desenvolvimentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos;	3	3	A multiplicidade de temas, sempre de maneira significativa e possibilidade de desenvolvimentos positivos, gerando mensagens claras e bem entendidas e inovadoras.
1.2.4 - A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;	3	1,5	A ideia pedida tem ideias mais profundas e direcionada.
1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos;	3	1,5	A ideia pedida tem ideias mais profundas e direcionada.
1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos.	3	3	A articulação entre aspectos de forma clara e direcionada, não deixando margem a dúvida.
<b>1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)</b>			
1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;	2	1	Apesar de chamar a atenção, as ideias são pouco inovadoras.
1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;	2	1	Apesar de atender a estratégia de comunicação, o problema maior de não ter atendido mais a ideia de uma ideia mais inovadora.

*[Handwritten marks and initials]*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: **CÂMARA E VOZÊ: SUNTOS BON MACAË**

*Diego Sifine*

OBSERVAÇÃO

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAË

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;

2

1

A redaçõe é simples mas parece pedir explicar em mais detalhes, mas não quis impactar positivamente no meio técnico, que não está acostumado a estas de interpretação não precisa

1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;

2

2

A multiplicidade de temas simples de forma significativa e possibilidade de interpretação positivas, quando menos valores e serem avaliados a imagem de leitura.

1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;

2

1

A originalidade se perde no meio da redaçõe visual das peças.

1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;

2

2

bastante simples, quando fácil entendimento.

1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaë: 2 (dois) pontos;

2

2

Atende plenamente os elementos de:

1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;

2

1

São necessários muitos desdobramentos, mas os exemplos apresentados não são simplificados.

1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;

2

2

Perfeitamente exequíveis.

1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos;

2

2

Texto plenamente compatível.

1.4 - Estratégia de Mídia e Não-Mídia: 15 (quinze)

1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;

3

3

detalhamento dos hábitos demonstra conhecimento.

1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;

2

1

A peça de minutos é demonstrada longe para um espaço público, onde que pensa mostrar aos fatos.

1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores: 2 (dois) pontos;

2

1

Reduzir no meio detalhada.

1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaë: 3 (três) pontos;

3

3

Atende de forma satisfatória

*DA* *B* *DK*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: **CÂMARA E VOCÊ: SUJITOS BON MACAÉ**

*Rosângela*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	Atende de forma satisfatória
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	1	A sugestão de uso de ONLDE mina a divulgação

*[Handwritten signature]*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

QUANDO CADA UM PARTICIPA, O BENEFÍCIO É DE TODOS

Diogo Sisti

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

1.1 - Raciocínio Básico: 10 (dez)

1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos; 4

1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos; 3

1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos; 3

1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)

1.2.1 - A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza da Câmara Municipal de Macaé e ao desafio de comunicação a ser enfrentado: 4 (quatro) pontos; 4

1.2.2 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos: 4 (quatro) pontos; 4

1.2.3 - A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Macaé com seus públicos: 3 (três) pontos; 3

1.2.4 - A adequação e a executividade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos; 3

1.2.5 - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta: 3 (três) pontos; 3

1.2.6 - A capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Macaé, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seus públicos, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos; 3

1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)

1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos; 2

1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos; 2

*(Handwritten signatures and initials)*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

QUANDO CADA UM PARTICIPA, O BENEFÍCIO É DE TODOS

Diego S. Silva

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

1.3.3 - Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo: 2 (dois) pontos;	2	2	A linguagem utilizada é simples, clara e direta, com o uso de palavras que são compreendidas por todos os membros da comunidade.
1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;	2	1	A linguagem é mais acessível aos membros da comunidade e apresenta uma linguagem mais simples e direta.
1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;	2	1	A linguagem é mais acessível aos membros da comunidade e apresenta uma linguagem mais simples e direta.
1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;	2	2	Simples, clara e direta.
1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;	2	2	A linguagem é clara e direta, com o uso de palavras que são compreendidas por todos os membros da comunidade.
1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensija, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;	2	2	Uma linguagem simples, clara e direta, com o uso de palavras que são compreendidas por todos os membros da comunidade.
1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;	2	2	Elementos de linguagem.
1.3.10 - A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos: 2 (dois) pontos.	2	2	Linguagem simples, clara e direta, com o uso de palavras que são compreendidas por todos os membros da comunidade.
1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)			
1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;	3	3	A linguagem é clara e direta, com o uso de palavras que são compreendidas por todos os membros da comunidade.
1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;	2	2	Segue o mesmo justificativa dos itens anteriores.
1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas ações anteriores: 2 (dois) pontos;	2	2	Atualizar os dados.
1.4.4 - A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Macaé: 3 (três) pontos;	3	3	Os recursos são aplicados de forma clara e direta, com o uso de palavras que são compreendidas por todos os membros da comunidade.

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

QUANDO CADA UM PARTICIPA, O BENEFÍCIO É DE TODOS

Diogo Felipe

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA	OBSERVAÇÃO
1.4.5 - A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material: 3 (três) pontos;	3	3	Segue o raciocínio do item anterior.
1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;	2	2	Segue o raciocínio do item anterior.

 01