



**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 0973/2024**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2024**

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

Ao trigésimo dia do mês de outubro de dois mil e vinte e quatro (**30/10/2024**), às 13:30 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: Marcial Antônio Ximenes da Silva, CPF nº 866.475.637-68, sem vínculo com a Câmara Municipal de Macaé, Tiago da Silva Ferreira, matrícula nº 44628 e Francisco de Assis Barbosa Junior, matrícula nº 46388, para análise do invólucro 1 referente a **CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº. 001/2024**, 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 nº001/2024, a Comissão Permanente de Contratação encaminhou para esta Subcomissão Técnica o total de 02 (dois) 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.”

Foi informado pelo Presidente da Comissão Permanente de Contratação, Sr. Alvaro Caldeira Pimentel, que no dia 16 de outubro de 2024, 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 Contratação 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 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



ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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 Contratação, 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 Comissão Técnica analisaram as propostas técnicas e emitiram suas notas.

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."



ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

A reunião foi encerrada às 17:30 hs e será retomada no dia 31 de outubro de 2024 às 15:00hs para que os membros da Subcomissão Técnica tenham acesso às pontuações e às justificativas ofertadas por cada um dos membros.

Ao trigésimo primeiro dia do mês de outubro de dois mil e vinte e quatro (31/10/2024), às 15:00 horas, foi retomada a reunião para análise do invólucro 1.

Os membros da Subcomissão Técnica preencheram as planilhas de pontuação das propostas técnicas do invólucro n° 01.

Não houve divergência entre a maior e menor pontuação superior a 20% atribuídas aos quesitos e subquesitos da avaliação.

A Subcomissão Técnica somou as planilhas de cada campanha, apurou a média e fez a soma de cada campanha.

Segue abaixo as notas apuradas do invólucro 1:

| TEMA                         | NOTA FINAL |
|------------------------------|------------|
| AQUI SUA VOZ É LEI           | 58,45      |
| VOCÊ PARTICIPA, MACAÉ AVANÇA | 62,30      |

Nada mais havendo a tratar, foi dada por encerrada a reunião as 15:59 hs.

Macaé/RJ, 31 de outubro de 2024.

Marcial Antônio Ximenes da Silva  
CPF n° 866.475.637-68

Tiago da Silva Ferreira  
Matrícula n° 44628

Francisco de Assis Barbosa Junior  
Matrícula n° 46388

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

Você PARTICIPA, MACAÉ AVANÇA

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

| CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ   | PONTUAÇÃO MÁXIMA | 1.1 - Rádioclínio Básico: 10 (dez)  |  |  |  | SITUAÇÃO | MÉDIA |  |
|---|------------------|---|--|--|--|----------|-------|--|
|   |                  | 1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos; | 1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos; | 1.1.3 - Os objetivos, gerais e específicos, de comunicação a serem alcançados em relação ao desafio de comunicação: 3 (três) pontos. | 1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte) |          |       |  |
|   |                  | 1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)                            |  |  |  |          |       |  |
|   |                  | 1.1 - Rádioclínio 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                | 3   | 3  | 3  | 3  |          | 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                | 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 públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos. | 3                | 3   | 3  | 3  | 3  |          | 3     |  |

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *VOCE! PRATICADA, MACAÉ AVANÇA*

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

| CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ   | PONTUAÇÃO MÁXIMA | 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte) |                                   |                                   |  | SITUAÇÃO | MÉDIA |
|---|------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|----------|-------|
|   |                  | Tiago da Silva Ferreira          | Francisco de Assis Barbosa Junior | Marcial Antônio Xirrenes da Silva |  |          |       |
| 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                                | 1                                 | 2                                 |  | 1,66     |       |
| 1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;  | 2                | 1                                | 2                                 | 2                                 |  | 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 ensina, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos; | 2                | 2                                | 2                                 | 2                                 |  | 2        |       |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;   | 2                | 1                                | 2                                 | 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                                | 2                                 | 2                                 |  | 2        |       |

*Assinatura*  
Tiago da Silva Ferreira

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Você<sup>1</sup> Praticista, Macaé<sup>1</sup> Pavança.

| CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ   | PONTUAÇÃO MÁXIMA | NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA |                                   |                                  |  | SITUAÇÃO | MÉDIA |
|---|------------------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--|----------|-------|
|   |                  | Tiago da Silva Ferreira         | Francisco de Assis Barbosa Junior | Marcial Antônio Ximenes da Silva |  |          |       |
| 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     |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               | 2                                 | 2                                |  |          | 2     |
| 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                               | 2                                 | 2                                |  |          | 1,66  |
| 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                                 | 1,5                              |  |          | 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                               | 3                                 | 1,5                              |  |          | 2,5   |
| 1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.  | 2                | 2                               | 2                                 | 2                                |  |          | 2     |
| TOTAL   |                  |                                 |                                   |                                  |  |          | 2     |

62,3



Tiago NRK

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Avui SUA VOZ É Lei*

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

| PONTUAÇÃO MÁXIMA   | 1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) |                                   |                                  |                                   | SITUAÇÃO | MÉDIA |
|--|--|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------|-------|
|  | Tiago da Silva Ferreira                                      | Francisco de Assis Barbosa Junior | Marciel Antônio Ximenes da Silva | 1.1 - Radiocínio Básico: 10 (dez) |          |       |
| 1.1.1 - As ações de comunicação publicitária objeto desta licitação: 4 (quatro) pontos;  | 4  | 4                                 | 4                                |                                   |          | 4     |
| 1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;   | 3  | 1,5                               | 3                                |                                   |          | 2,5   |
| 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     |
| 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     |
| 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  | 2                                 | 4                                | 4                                 |          | 3,33  |
| 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                                 | 3                                | 3                                 |          | 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  | 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, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível: 3 (três) pontos; | 3  | 3                                 | 3                                | 3                                 |          | 3     |

*Luiz N. N. F.*  
*Segundo*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Aqui sua voz é lei*

NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)

|   | PONTUAÇÃO MÁXIMA | NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA |                                   |                                  |  | SITUAÇÃO | MÉDIA |
|---|------------------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--|----------|-------|
|   |                  | Tiago da Silva Ferreira         | Francisco de Assis Barbosa Junior | Marcial Antônio Ximenes da Silva |  |          |       |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               | 2                                 | 1                                |  | 1,66     |       |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;                                    | 2                | 2                               | 1                                 | 1                                |  | 1,33     |       |
| 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                               | 1                                 | 2                                |  | 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                | 1                               | 2                                 | 2                                |  | 1,66     |       |
| 1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos; | 2                | 2                               | 2                                 | 1                                |  | 1,66     |       |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;   | 2                | 1                               | 1                                 | 1                                |  | 1        |       |
| 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        |       |

*Diogo*

*NRK*

*[Signature]*



INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

Aqui sua voz é lei.

| CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ   | PONTUAÇÃO MÁXIMA | NOTA DADA PELA COMISSÃO TÉCNICA |                                   |                                  |  | SITUAÇÃO | MÉDIA |
|---|------------------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|--|----------|-------|
|   |                  | Tiago da Silva Ferreira         | Francisco de Assis Barbosa Junior | Marciel Antônio Ximenes da Silva |  |          |       |
| 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     |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               | 2                                 | 2                                |  |          | 2     |
| 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                               | 2                                 | 1                                |  |          | 1,33  |
| 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                                 | 1,5                              |  |          | 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                               | 3                                 | 1,5                              |  |          | 2,5   |
| 1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.  | 2                | 2                               | 1                                 | 2                                |  |          | 1,66  |
| TOTAL   |                  |                                 |                                   |                                  |  |          | 58,45 |


  
 6/10/08

MANUQUE ANTONIO XIMENES DA SILVA  
 CPF 8664563768 A RNF

INVÓLCRO Nº 01 - TEMA: *Aqui sua voz é lei*

| 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                               |  |
| 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                               |  |
| 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                               |  |
| 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                               |  |
| 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                               |  |
| 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                               |  |
| 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)   |                  |                                 |  |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;  | 2                | 1                               | <i>EM SUAS ARGUMENTAÇÕES, A AGENCIA CITA QUE VAI TRABALHAR COM AS MÃOS DO CIDADÃO PARA ATUAR O PÚBLICO-ALVO. PORÉM, ISSO NÃO FOI COM RESPEITABILIDADE, A CANTINHOS FICOU REPERCUTIDA</i> |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;   | 2                | 1                               | <i>CONFIANÇA CIDADÃ A CIMA, FAZENDO CONEXÃO ENTRE A ESTRATÉGIA E A IDEIA CRIATIVA.</i>   |

*Atos*

MARACAL ANTONIO XIMENES DA SILVA  
 CPF 861 415 637 68 18/11/82

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *APUÍ SUA VOT E' CEI*

| 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                               |  |
| 1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |  |
| 1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;  | 2                | 1                               | NÃO HOUVE ORIGINALIDADE. A CAMPANHA NÃO CONSEGUIU SER ORIGINAL PORQUE NÃO DEVOU APARECER DE CONTEXTO COM RELEVÂNCIA. XIMENES CARRERA |
| 1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |  |
| 1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |  |
| 1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaia, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;                     | 2                | 1                               | AS PEÇAS NÃO TEM ABERTO, FAZENDO CONTEXTO ENTÃO A ESTRATÉGIA E A IDÉIA CAMPANHA  |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;   | 2                | 1                               | FOZAM APRESENTADAS PEÇAS COM ENFOQUE DE PROPAGANDA E OUTRAS PEÇAS NÃO APRESENTAM FALAR NOSSA CIDADANIA E ESTRATÉGIA                  |
| 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                | 3                               |  |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |  |
| 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                               | A ESTRATÉGIA DE CANNAL DE SOM E FLYER NÃO APARECE EQUIVOCANDO A JERARQUIA DO MÍDIA, INTERNET E TV + RÁDIO SEM COMO TODA CIDADANIA    |
| 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                             | FAZENDO UMA MESCLA AVANÇADA E ELOCUCIA DE MÉTODOS UTILIZANDO NA CAMPANHA   |

*KLOR*  
*[Assinatura]*

11/11/2014  
CPF 866495637-68  
A. V. J. e A. V. Y.

INVÓLCRO Nº 01 - TEMA:

| 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                             | 1.4.4.3 e 1.4.4.4. |
| 1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.   | 2                | 2                               |                    |

1.4.4  
A. V. J. e A. V. Y.

MANUAL ANEXO XI MEMBROS DE COMISSÃO  
 CPF 86647637-68  
 ARLFE

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *VOCE' DANONUDA, MARINHE' AVANCA*

| CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ   | PONTUAÇÃO MÁXIMA | NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA | OBSERVAÇÃO |
|---|------------------|---------------------------------|------------|
| 1 - Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)  |                  |                                 |            |
| 1.1 - Radocínio 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                               |            |
| 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                               |            |
| 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                               |            |
| 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                               |            |
| 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                               |            |
| 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                               |            |
| 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)  |                  |                                 |            |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |            |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |            |

*Kiok*  
*Sapina*

11/11/2016  
CNP 866 025 632 68  
YRATJE

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *VOZES PARTICIPA, MACAÉ AVANÇA*

| 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                               |  |
| 1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |  |
| 1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |  |
| 1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |  |
| 1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |  |
| 1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que ensaja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;                    | 2                | 2                               |  |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;  | 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                               |  |
| 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                               |  |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |  |
| 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                               | A VERBA PODERIA SER MELHOR UTILIZADA, COM MAIS INVESTIMENTOS EM ODH E MÍDIA ONLINE |
| 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                             | CONFORME EXPOSTO, A VERBA PODERIA SER MELHOR DISTRIBUÍDA                           |

*KICG*  
*[assinatura]*

INHAÇA DE ANONIMO XIMEDAS DA SILVA  
CPF 86644563768 JENFE

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: *Boa Participação, Macaé Avança*

| 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                | <i>1.5</i>                      | <i>MESMO NAÇÃOÁRIO DO 1 ITENS 1.4.3 E 1.4.4</i> |
| 1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos;   | 2                | <i>2</i>                        |   |

*George*

*[Signature]*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **VOCÊ PARTICIPA, MACAÉ AVANÇA**

| 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                               |            |
| 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                               |            |
| 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                               |            |
| 1.2.4 - A adequação e a executabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;  | 3                | 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                | 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                | 3                               |            |
| 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)   |                  |                                 |            |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |            |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |            |

Viago da Silveira Fereira

Mat: 4462-8

*[Handwritten signature]*

RNFE



INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

| 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                               |  |
| 1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |  |
| 1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;  | 2                | 1                               | Podria haver uma diversificação maior das fotografias utilizadas, seja de câmara, da cidade e dos personagens.             |
| 1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |  |
| 1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;   | 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                               |  |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;   | 2                | 1                               | as peças foram muito bem avaliadas publicamente, mas poderiam ter sido citadas os nomes exatíssimos, onde em seu conteúdo. |
| 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                               |  |
| <b>1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)</b>   |                  |                                 |  |
| 1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;  | 3                | 3                               |  |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |  |
| 1.4.3 - A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às dias alinhadas anteriores: 2 (dois) pontos;                   | 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                               |  |

Luiz de Silva Fereira  
Mat: 4462-8

~~Luiz de Silva Fereira~~

NRNfe

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

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

Trage da Silva Fernandes

Mat: 4462.8



MRF

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA: **AQUI SUA VOZ É LEI**

| 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                               |   |
| 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                               |   |
| 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                | 2                               | Apenas do slogan "voz e voto" e "participamento", ele não utiliza numericamente no tom de decisão "é" que este é uma atribuição do vencedor, representando resultados que podem proporcionar. |
| 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                               |   |
| 1.2.4 - A adequação e a executabilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação: 3 (três) pontos;  | 3                | 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                | 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                | 3                               |   |
| 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)   |                  |                                 |   |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |   |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |   |

*Trago de Silve Fêrnica*

*Mat: 4462-8*

*~~Signatures~~*

*ANF*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

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 |   |
| 1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;  | 2 | 2 |   |
| 1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;  | 2 | 2 |   |
| 1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;   | 2 | 2 |   |
| 1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;   | 2 | 1 | No comissel para as redes sociais, há a afirmativa "quero você" que nos rememora palavras, a "tribuna" é lava para você se expressar!!        |
| 1.3.8 - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados: 2 (dois) pontos;                     | 2 | 2 |   |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;   | 2 | 1 | Algumas peças apresentaram erro de português, como "sergeon" ao invés de "surgão". Verificado no comissel para rd social, por exemplo.        |
| 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 | 3 |   |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;  | 2 | 2 |   |
| 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 | Não considero que seja estratégia contemplar o público de área rural apenas, como de sim e plugar, já que esse área conta com TV, internet... |
| 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 |   |

Diogo de Silva Fereira  
Mat: 4460-8


~~Diogo de Silva Fereira~~

NLF

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA:

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

Diogo da Silva Faria  
Mat: 44128



INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: **PODI SUA VOZ É 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   |   |
| 1.1.2 - O desafio de comunicação a ser enfrentado pelo CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ: 3 (três) pontos;  | 3 | 1,5 | Percebi que parte do desenvolvimento das ideias aderiram com boas em pesquisas, elaboradas, com o título de um estudo de caso, além de ações pesquisas sem data de realização |
| 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   |   |
| 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   |   |
| 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   |   |
| 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   |   |
| 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   |   |
| 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)  |   |     |   |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;   | 2 | 2   |   |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;  | 2 | 1   | Faltou maior representatividade dos personagens escolhidos para a campanha, como trabalhadores desempregados e pessoas com deficiência.                                       |

*Prof. RNF*

*Francisco de Assis Barbosa Junior*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *AGUI SUA VOZ É LEI*

| 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                               |   |
| 1.3.4 - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta: 2 (dois) pontos;  | 2                | 1                               | <i>Interpretados com profundidade em uma obra poética que teve um na interpretação feita nos espaços a juliana não é livre por força de regime interno. O trabalho tem vida em audição e também lido.</i> |
| 1.3.5 - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |   |
| 1.3.6 - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta: 2 (dois) pontos;   | 2                | 2                               |   |
| 1.3.7 - Sua pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Macaé: 2 (dois) pontos;   | 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                               |   |
| 1.3.9 - A exequibilidade das peças e ou do material: 2 (dois) pontos;   | 2                | 1                               | <i>Parte das peças apresenta erro na grafia, além de imperações distorcidas.</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                               |   |
| <b>1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)</b>   |                  |                                 |   |
| 1.4.1 - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários: 3 (três) pontos;  | 3                | 3                               |   |
| 1.4.2 - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos: 2 (dois) pontos;  | 2                | 2                               |   |
| 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                               |   |
| 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                               |   |

*Xico*  
*ARKK*

*Stefany*  
*Francisco de Assis Barbosa Júnior*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Aqui sua voz é lei.*

| 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                               |  |
| 1.4.6 - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa: 2 (dois) pontos.   | 2                | 1                               | <i>Falta maior utilização da mídia, principalmente na escolha dos sites para veiculação da campanha.</i> |

*[Assinatura]*  
FRANCISCO DE ASSIS BARBOSA JUNIOR

MATRÍCULA: 4638-8

*Diogo*  
*ANRJE*



INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: **VOCE<sup>+</sup> PARTICIPA, MACAÉ AVANÇA.**

CÂMARA MUNICIPAL DE MACAÉ

PONTUAÇÃO MÁXIMA

NOTA MEMBRO SUBCOMISSÃO TÉCNICA

OBSERVAÇÃO

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

1.1 - Roteirinho Básico: 10 (dez)

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

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

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

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;

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

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;

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

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

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.

1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)

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

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

| 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 |  |
| 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 |  |
| 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 |  |
| 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 |  |
| 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 |  |
| 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 |  |
| 1.3 - Ideia Criativa: 20 (vinte)  |   |   |  |
| 1.3.1 - Sua adequação ao desafio de comunicação: 2 (dois) pontos;   | 2 | 2 |  |
| 1.3.2 - Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante: 2 (dois) pontos;  | 2 | 1 | Senti falta de uma maior representatividade dos personagens no cenário, tipo trabalhadores e pessoas com deficiência |

*Progr N RNF*

*Fernando de Assis Barbosa Júnior*

INVÓLUCRO Nº 01 - TEMA: *Voce? Praticista, Macaé Avança*

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

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

2

1

*nas respostas, ficou repetitivo o "ênfase dos audiência públicas", que poderia ser abordado com outras programações, como fórum de imprensa e feira da cidade.*

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

2

2

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

2

2

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

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

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

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

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

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

2

2

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

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

*Avanç*  
*NRN Jr*

*FEANURSCO DE ASSIS BRABOSA JUNIOR*

INVÓLUCRO N° 01 - TEMA:

Você participa, Macaé avança.

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

  
FRANCISCO DE ASSIS BARBOSA JUNIOR  
MARCÍCULA: 4638-8

NRNK

Diag