



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Beber e dirigir não tem graça.  
Tem consequências

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,60	2,00	1,60	1,60	1,68
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	2,00	1,60	1,60	1,68
TOTAL	8,20	8,20	8,50	8,20	7,20	8,06

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	2,60	2,60	2,00	2,60
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
TOTAL	6,60	5,50	6,60	6,60	6,00	6,26

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	0,40	2,60	2,60	0,40	1,28
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	10,30	10,30	12,50	12,50	10,30	11,18

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	0,30	0,30	0,30	0,30	2,00	0,64
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
TOTAL	8,30	7,10	8,30	8,30	8,30	8,06

Beber e dirigir não tem graça. Tem consequências				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,06	6,26	11,18	8,06	33,56



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Se você pensa na consequência  
não faz essa mistura

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,80
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	3,00	3,00	3,00	2,50	2,90
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	2,00	2,00	1,60	1,76
TOTAL	9,60	9,10	10,00	10,00	8,60	9,46

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	4,00	3,20	4,00	4,00	2,60	3,56
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	3,00	3,00	3,00	2,50	2,50	2,80
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
TOTAL	9,50	8,70	9,50	9,00	7,60	8,86

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	4,00	3,20	4,00	4,00	3,20	3,68
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	3,20	4,00	3,20	3,20	3,36
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,50	2,50	3,00	3,00	2,50	2,70
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	3,00	2,50	2,50	3,00	2,00	2,60
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
Exequibilidade das peças.	3,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,80
TOTAL	26,40	24,60	27,20	28,40	23,10	25,94

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
TOTAL	12,00	10,00	12,50	12,00	10,00	11,30

Se você pensa na consequência não faz essa mistura				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
9,46	8,86	25,94	11,30	55,56



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Quem toma todas acaba tomando a vida dos outro

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,60	1,60	1,60	1,30	1,48
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,60	1,60	1,60	1,30	1,48
TOTAL	7,10	7,20	8,20	8,20	6,60	7,46

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	3,20	3,20	2,60	3,08
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,00	2,30
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
TOTAL	8,20	8,20	8,20	7,70	6,60	7,78

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	3,20	4,00	3,20	2,60	3,24
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	3,20	3,20	3,20	2,60	3,08
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	3,20	2,60	3,08
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	3,00	2,50	2,00	2,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	3,00	2,50	2,00	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,40
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
TOTAL	22,60	22,60	25,90	24,10	20,80	23,20

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
TOTAL	11,00	10,00	12,00	12,50	10,50	11,20

Quem toma todas acaba tomando a vida dos outro

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,46	7,78	23,20	11,20	49,64



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Não dirigir depois de beber é uma questão de tomada de consciência

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	2,00	1,60	1,60	1,60	1,62
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,30	1,60	1,30	1,48
TOTAL	7,90	8,60	7,90	8,20	6,90	7,90

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	3,20	3,20	2,60	3,08
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	7,20	7,70	7,70	7,70	6,60	7,38

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	0,40	2,60	2,60	0,40	1,28
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,00	1,66
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	0,30	0,30	2,00	0,30	0,30	0,64
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Exequibilidade das peças.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,40
TOTAL	16,40	16,40	18,60	19,10	16,40	17,38

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
TOTAL	10,00	10,00	11,00	12,50	10,00	10,70

Não dirigir depois de beber é uma questão de tomada de consciência				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,90	7,38	17,38	10,70	43,36



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Não bebo quando dirijo. Não curto carona com quem bebeu. Não compartilho blitz da polícia.

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	1,30	2,00	1,60	1,50
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	2,00	2,00	1,60	1,76
TOTAL	7,90	7,90	8,30	9,00	8,20	8,26

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	3,20	4,00	3,20	3,36
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	3,00	3,00	2,50	2,70
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,30
TOTAL	7,70	7,70	8,70	9,50	8,20	8,36

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	4,00	3,20	4,00	3,20	3,20	3,52
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	4,00	4,00	3,20	4,00	3,68
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	3,20	2,60	3,20	3,20	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,00	3,00	2,00	2,40
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,50	2,00	3,00	2,30
TOTAL	22,80	24,40	24,10	24,60	24,40	24,06

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,40
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,50	2,50	3,00	2,40
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
TOTAL	11,00	11,50	12,00	13,50	12,50	12,10

Não bebo quando dirijo. Não curto carona com quem bebeu. Não compartilho blitz da polícia.				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,26	8,36	24,06	12,10	52,78



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: **Beber e dirigir é uma combinação de risco**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	2,00	2,00	2,00	1,60	1,84
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	2,00	2,00	2,00	1,60	1,84
TOTAL	7,70	9,00	9,00	9,00	7,70	8,48

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
TOTAL	6,60	8,20	8,20	8,20	6,60	7,56

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	3,20	2,60	3,20	2,60	2,96
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	3,20	2,60	2,72
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	3,20	2,60	2,60	2,72
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	0,30	2,50	2,00	2,00	1,76
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Exequibilidade das peças.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
TOTAL	21,40	18,70	22,90	23,00	20,80	21,36

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	10,00	8,30	10,00	10,00	8,80	9,42

Beber e dirigir é uma combinação de risco

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,48	7,56	21,36	9,42	46,82



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Diversão na vida é direção sem bebida

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,30	1,60	1,60	1,30	1,42
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	0,20	1,30	1,30	1,30	1,30	1,08
TOTAL	6,00	6,60	6,90	6,90	6,60	6,60

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
TOTAL	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90	4,90

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	0,40	2,60	0,40	2,60	0,40	1,28
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	0,40	2,60	0,40	0,40	0,84
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	0,40	2,60	2,60	2,16
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,00	2,00	2,00	2,20
Exequibilidade das peças.	0,30	0,30	2,00	0,30	2,00	0,98
TOTAL	9,10	9,60	10,30	10,80	10,30	10,02

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	0,30	2,00	0,30	0,30	0,30	0,64
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	2,00	0,30	2,00	0,98
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	0,30	0,30	2,00	0,30	0,98
TOTAL	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60

Diversão na vida é direção sem bebida				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
6,60	4,90	10,02	6,60	28,12



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Não deixe o álcool guiar a sua vida

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,60	1,60	1,60	1,30	1,54
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	1,30	1,60	1,30	1,36
TOTAL	7,40	6,90	7,90	7,70	6,60	7,30

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
TOTAL	6,60	7,20	7,20	8,20	6,60	7,16

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	4,00	2,60	2,60	2,60	2,88
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	0,30	2,00	2,00	0,30	1,32
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Exequibilidade das peças.	0,30	2,00	2,00	0,30	2,00	1,32
TOTAL	10,80	10,50	12,50	10,80	10,80	11,08

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	0,30	2,00	2,00	2,00	2,00	1,66
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	0,30	2,00	0,30	0,30	0,30	0,64
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	0,30	0,30	2,00	2,00	1,32
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	0,30	2,00	0,30	0,30	0,98
TOTAL	6,60	6,60	7,10	6,60	6,60	6,70

Não deixe o álcool guiar a sua vida				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,30	7,16	11,08	6,70	32,24





GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: Você não é diferente de ninguém para dirigir depois de beber

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	3,00	3,00	2,50	2,50	2,80
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	2,00	2,00	2,00	1,60	1,60	1,84
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,60	2,00	2,00	1,76
TOTAL	9,10	9,10	9,10	8,60	8,10	8,80

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	3,00	2,50	2,50	2,60
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,50	2,50	3,00	2,00	2,40
TOTAL	7,10	8,20	8,70	8,70	7,10	7,96

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	2,60	3,20	2,60	2,60	2,72
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	2,60	0,40	2,16
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	2,60	2,60	2,60	2,72
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	0,30	2,00	0,30	0,30	0,30	0,64
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,00	1,66
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	0,30	2,00	2,00	2,00	0,30	1,32
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	0,30	2,00	0,30	2,00	1,32
Exequibilidade das peças.	0,30	0,30	2,00	2,00	2,00	1,32
TOTAL	15,30	14,70	17,00	16,40	14,20	15,52

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	0,30	2,00	2,00	2,00	2,00	1,66
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
TOTAL	8,30	8,30	10,00	10,00	8,30	8,98

Você não é diferente de ninguém para dirigir depois de beber

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,80	7,96	15,52	8,98	41,26



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

**LOTE 01 - CAMPANHA:** Você também é responsável pela vida de quem está ao seu redor. Não deixe ninguém beber e dirigir, nem você.

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,00	3,00	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	2,00	1,60	1,60	1,60	1,60	1,68
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
<b>TOTAL</b>	<b>8,10</b>	<b>7,20</b>	<b>8,70</b>	<b>8,20</b>	<b>7,20</b>	<b>7,88</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	4,00	2,60	3,20	3,20	3,20	3,24
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,00	2,50	2,50	3,00	2,50
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	0,30	2,00	2,00	2,00	0,30	1,32
<b>TOTAL</b>	<b>6,80</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,50</b>	<b>7,06</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	2,60	2,60	2,60	2,72
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	0,30	0,30	2,00	2,00	0,30	0,98
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Exequibilidade das peças.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>13,10</b>	<b>12,50</b>	<b>14,20</b>	<b>14,20</b>	<b>12,50</b>	<b>13,30</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	0,30	2,00	2,00	2,00	0,30	1,32
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	0,30	2,00	0,30	2,00	2,00	1,32
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	0,30	2,00	0,30	2,00	1,32
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	0,30	0,30	0,30	0,30	0,64
<b>TOTAL</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>7,10</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>6,70</b>

Você também é responsável pela vida de quem está ao seu redor. Não deixe ninguém beber e dirigir, nem você.				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,88	7,06	13,30	6,70	34,94



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM  
SUBCOMISSÃO TÉCNICA ESPECIAL DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015  
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - ENVELOPE "A"  
VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

LOTE 01 - CAMPANHA: **Beber e dirigir é interromper histórias de vida**

RACIOCÍNIO BÁSICO	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Acuidade e compreensão das características do Estado do Espírito Santo e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	2,50	3,00	2,50	2,00	2,60
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
<b>TOTAL</b>	<b>8,70</b>	<b>8,20</b>	<b>8,70</b>	<b>8,20</b>	<b>7,20</b>	<b>8,20</b>

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação do conceito à natureza e qualificação do Governo do Espírito Santo e a sua comunicação em seu problema específico de comunicação.	3,20	3,20	4,00	3,20	3,20	3,36
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	3,00	3,00	3,00	2,00	2,70
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
<b>TOTAL</b>	<b>7,70</b>	<b>8,20</b>	<b>9,00</b>	<b>8,20</b>	<b>7,20</b>	<b>8,06</b>

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	3,20	4,00	3,20	3,20	3,36
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	3,20	3,20	2,60	2,84
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,50	2,00	3,00	2,50	2,50	2,50
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	3,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,60
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,00	3,00	2,50	2,00	2,40
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Exequibilidade das peças.	3,00	2,50	3,00	2,50	2,50	2,70
<b>TOTAL</b>	<b>25,00</b>	<b>21,90</b>	<b>26,90</b>	<b>24,60</b>	<b>22,90</b>	<b>24,26</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,40
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
<b>TOTAL</b>	<b>12,00</b>	<b>11,00</b>	<b>12,50</b>	<b>12,50</b>	<b>10,50</b>	<b>11,70</b>

Beber e dirigir é interromper histórias de vida				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,20	8,06	24,26	11,70	52,22