



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 02 - CAMPANHA: A doação de órgãos parte de cada um

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	2,00	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	2,50	2,00	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	2,00	1,60	1,68
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,60	1,60	2,00	1,60	1,62
TOTAL	7,90	8,20	8,20	8,00	7,20	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 e/ou 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	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	6,60	7,70	7,70	7,70	6,60	7,26

QUESTO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	2,60	3,20	2,72
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.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,50	1,76
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,30
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Equilibridade das peças.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,50	2,30
TOTAL	21,00	18,60	19,70	21,40	21,90	20,52

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	2,00	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	2,00	2,50	2,10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,00	2,30
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	11,50	10,50	11,50	10,00	10,50	10,80

A doação de órgãos parte de cada um				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,90	7,26	20,52	10,80	46,48



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 02 - CAMPANHA: Muitas vidas cabem em um sim

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	3,00	2,50	2,50	2,00	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.	1,60	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.	2,00	1,60	2,00	1,60	1,60	1,76
<b>TOTAL</b>	<b>8,60</b>	<b>8,70</b>	<b>9,00</b>	<b>8,20</b>	<b>7,70</b>	<b>8,44</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 e/ou seu problema específico de comunicação.	4,00	4,00	4,00	3,20	3,20	3,68
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	3,00	2,50	2,00	2,50
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
<b>TOTAL</b>	<b>9,00</b>	<b>9,00</b>	<b>9,50</b>	<b>8,20</b>	<b>7,70</b>	<b>8,68</b>

QUESTÃO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	4,00	2,60	4,00	4,00	3,20	3,56
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	3,20	4,00	3,20	2,60	3,24
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	3,00	2,50	2,50	3,00	2,50	2,70
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,00	3,00	3,00	2,50	2,60
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	3,00	2,00	2,50	3,00	2,00	2,50
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	3,00	2,00	3,00	2,50	2,50	2,60
Equilibrade das peças.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>26,90</b>	<b>22,00</b>	<b>27,20</b>	<b>26,90</b>	<b>23,50</b>	<b>25,30</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	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	2,50	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>12,00</b>	<b>10,50</b>	<b>12,00</b>	<b>12,50</b>	<b>12,00</b>	<b>11,80</b>

Muitas vidas cabem em um sim				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,44	8,68	25,30	11,80	54,22



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 02 - CAMPANHA: Se você é doador de órgãos, deixe a sua família saber

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	2,50	2,40
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.	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	2,00	1,60	1,60	1,60	1,68
TOTAL	7,90	9,50	8,70	8,70	8,20	8,60

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 e/ou seu problema específico de comunicação.	4,00	4,00	4,00	4,00	3,20	3,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	3,00	3,00	3,00	2,50	2,80
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,60
TOTAL	8,50	9,50	10,00	10,00	8,20	9,24

QUESTÃO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	4,00	3,20	3,20	3,20	3,20	3,36
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 factíveis que comporta.	3,00	2,50	3,00	2,50	2,50	2,70
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	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	2,50	2,50
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	3,00	2,00	3,00	2,00	2,00	2,40
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	3,00	2,00	2,50	3,00	2,50	2,60
Equilibrade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
TOTAL	26,90	23,60	25,60	24,60	21,90	24,52

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	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	2,00	2,00	2,00	2,00
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
TOTAL	12,00	10,50	11,50	11,50	11,00	11,30

Se você é doador de órgãos, deixe a sua família saber				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,60	9,24	24,52	11,30	53,66



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 02 - CAMPANHA: Diga à sua família que você é doador de órgãos. Dê vida ao seu

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	2,50	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	2,00	3,00	2,50	2,50	2,60
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	1,60	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	1,60	1,30	1,60	1,42
TOTAL	7,60	7,40	8,70	7,90	8,20	7,96

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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	4,00	3,20	3,24
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	3,00	2,50	2,50	3,00	2,50	2,70
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
TOTAL	8,10	7,70	7,70	9,50	7,70	8,14

QUESTO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	4,00	3,20	3,20	3,20	3,20	3,36
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	3,20	3,20	2,60	3,20	3,08
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	3,20	2,60	3,20	2,96
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,50	2,50	2,00	2,00	2,50	2,30
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	2,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	2,60
Equilibridade das peças.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
TOTAL	25,40	22,50	23,60	23,40	24,10	23,80

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	2,00	2,50	2,50	2,30
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
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	11,50	10,50	11,50	12,00	10,50	11,20

Diga à sua família que você é doador de órgãos. Dê vida ao seu gesto				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,96	8,14	23,80	11,20	51,10



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 02 - CAMPANHA: Quem doa transforma a perda em vários ganhos

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.	3,00	2,00	3,00	2,50	2,50	2,60
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	2,00	1,56
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,30	1,60	1,60	1,60	1,54
<b>TOTAL</b>	<b>8,40</b>	<b>7,10</b>	<b>8,70</b>	<b>8,20</b>	<b>8,60</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 e/ou seu problema específico de comunicação.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
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>7,20</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>7,16</b>

QUESTÃO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	3,20	3,20	3,20	2,96
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	4,00	3,20	2,60	3,12
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	2,30
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	2,30
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,00	2,00	3,00	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,50	2,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,00	2,30
Equilibridade das peças.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,50	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>24,00</b>	<b>20,30</b>	<b>23,40</b>	<b>23,60</b>	<b>22,40</b>	<b>22,74</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	3,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,80
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,00	2,50	3,00	2,50	2,50
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,00	2,50	3,00	2,50	2,50
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,00	2,30
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>12,50</b>	<b>11,00</b>	<b>12,50</b>	<b>13,50</b>	<b>12,00</b>	<b>12,30</b>

Quem doa transforma a perda em vários ganhos				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,20	7,16	22,74	12,30	50,40



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 02 - CAMPANHA:** Fale agora

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	3,00	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	2,00	2,80
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	2,00	2,00	1,60	1,60	1,76
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	1,60	1,54
<b>TOTAL</b>	<b>8,40</b>	<b>9,60</b>	<b>9,60</b>	<b>9,20</b>	<b>7,70</b>	<b>8,90</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 e/ou 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	3,00	2,00	2,40
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,50	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>7,70</b>	<b>8,20</b>	<b>8,20</b>	<b>8,20</b>	<b>7,10</b>	<b>7,88</b>

QUESTO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	4,00	3,20	3,20	2,60	3,24
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	4,00	2,60	3,20	2,60	3,12
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	3,20	2,60	3,20	3,08
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,50	3,00	2,00	3,00	2,00	2,50
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,50	3,00	2,50	2,00	2,50
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,50	2,50	3,00	2,50	2,50
Equilibrade das peças.	2,50	2,00	3,00	2,50	2,00	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>24,10</b>	<b>26,20</b>	<b>24,50</b>	<b>25,50</b>	<b>21,40</b>	<b>24,34</b>

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	3,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,80
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,50	3,00	2,50	2,00	2,50
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,00	3,00	2,50	2,50	2,50
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,30
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>12,50</b>	<b>11,50</b>	<b>14,00</b>	<b>13,00</b>	<b>11,50</b>	<b>12,50</b>

Fale agora

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,90	7,88	24,34	12,50	53,62



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 02 - CAMPANHA: A melhor forma de se ajudar a quem precisa de doação de

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	2,00	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	1,30	1,60	1,30	1,30	1,36
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,30	1,60	1,60	1,60	1,54
<b>TOTAL</b>	<b>7,90</b>	<b>7,10</b>	<b>8,20</b>	<b>7,90</b>	<b>6,90</b>	<b>7,60</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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	2,60	3,20	3,20	2,60	2,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
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>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>6,60</b>	<b>7,04</b>

QUESTÃO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,00	3,20	2,60	2,60
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	2,60	2,60	2,60	2,84
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	2,20
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	3,00	2,50	2,00	2,30
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	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Equilibrade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,00	2,30
<b>TOTAL</b>	<b>22,50</b>	<b>21,40</b>	<b>21,80</b>	<b>23,00</b>	<b>20,30</b>	<b>21,80</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	3,00	2,50	2,00	2,40
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	2,50	2,50	2,00	2,20
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
<b>TOTAL</b>	<b>10,50</b>	<b>10,00</b>	<b>12,00</b>	<b>11,50</b>	<b>10,00</b>	<b>10,80</b>

A melhor forma de se ajudar a quem precisa de doação de órgãos

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,60	7,04	21,80	10,80	47,24



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 02 - CAMPANHA: Seja doador de órgãos para a vida  
continuar. É só comunicar à sua

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	2,50	2,30
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	2,50	3,00	2,50	2,50	2,60
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,30	1,60	1,60	1,60	1,54
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,30	1,60	1,60	1,60	1,54
TOTAL	7,70	7,10	8,70	8,20	8,20	7,98

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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	2,60	3,20	3,20	3,20	2,96
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
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	7,10	7,10	7,70	7,70	7,20	7,36

QUESTO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
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.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	3,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,20
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,00	2,00	3,00	2,50	2,50	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	3,00	2,50	2,50	2,40
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Equilibrade das peças.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
TOTAL	22,40	20,30	22,40	22,90	21,30	21,86

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	3,00	2,00	2,40
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.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,50	2,30
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
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	11,00	10,50	12,00	12,50	10,50	11,30

Seja doador de órgãos para a vida continuar. É só comunicar à sua família

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,98	7,36	21,86	11,30	48,50





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 02 - CAMPANHA: Ser doador de órgãos é um papel de todos nós

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	2,00	2,50	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
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	1,30	0,20	1,30	1,14
<b>TOTAL</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>6,90</b>	<b>6,30</b>	<b>6,60</b>	<b>6,82</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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	2,60	2,60	2,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>6,60</b>	<b>7,70</b>	<b>8,20</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>7,14</b>

QUESTÃO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
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	3,20	3,20	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Equilibrade das peças.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
<b>TOTAL</b>	<b>21,50</b>	<b>19,80</b>	<b>23,50</b>	<b>22,00</b>	<b>19,80</b>	<b>21,32</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	2,50	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,00	2,10
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,50	2,20
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
<b>TOTAL</b>	<b>10,50</b>	<b>10,00</b>	<b>11,50</b>	<b>10,50</b>	<b>11,00</b>	<b>10,70</b>

Ser doador de órgãos é um papel de todos nós

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
6,82	7,14	21,32	10,70	45,98



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 02 - CAMPANHA: Ciclo da vida: você doa, sua família consente e alguém nasce

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.	1,60	1,30	1,60	1,60	1,60	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
<b>TOTAL</b>	<b>7,90</b>	<b>7,60</b>	<b>7,90</b>	<b>8,20</b>	<b>6,90</b>	<b>7,70</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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	2,60	2,60	2,84
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,00	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	2,00	2,00	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>7,10</b>	<b>6,60</b>	<b>7,24</b>

QUESTÃO: 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	3,20	2,60	2,84
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	3,20	3,20	2,60	2,84
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	3,20	2,60	3,20	2,96
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Equilibrade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>21,90</b>	<b>20,80</b>	<b>23,60</b>	<b>23,00</b>	<b>20,40</b>	<b>21,94</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	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,50	2,50	2,00	2,00	2,30
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	2,00	2,50	2,00	2,50	1,86
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
<b>TOTAL</b>	<b>10,30</b>	<b>12,00</b>	<b>12,50</b>	<b>12,00</b>	<b>10,50</b>	<b>11,46</b>

Ciclo da vida: você doa, sua família consente e alguém nasce de novo

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,70	7,24	21,94	11,46	48,34



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 02 - CAMPANHA: Uma atitude pela 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.	2,00	2,50	3,00	3,00	2,00	2,50
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,30	1,60	2,00	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.	1,30	1,60	1,30	1,30	1,60	1,42
<b>TOTAL</b>	<b>7,10</b>	<b>8,20</b>	<b>8,80</b>	<b>8,40</b>	<b>7,20</b>	<b>7,94</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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	3,20	3,20	3,20	3,20	3,08
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	3,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,50
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
<b>TOTAL</b>	<b>7,60</b>	<b>7,70</b>	<b>7,70</b>	<b>8,20</b>	<b>7,20</b>	<b>7,68</b>

QUESTÃO: 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.	2,60	2,60	2,60	2,60	0,40	2,16
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60	2,60
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
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	2,50	2,00	2,10
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	0,30	2,00	0,30	2,00	2,00	1,32
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Equilibrade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
<b>TOTAL</b>	<b>18,10</b>	<b>19,80</b>	<b>18,10</b>	<b>21,80</b>	<b>17,60</b>	<b>19,08</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	2,50	0,30	1,86
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.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	0,30	0,30	2,00	0,64
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>6,60</b>	<b>6,60</b>	<b>7,10</b>	<b>7,10</b>	<b>6,60</b>	<b>6,80</b>

Uma atitude pela vida				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,94	7,68	19,08	6,80	41,50



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 02 - CAMPANHA: Quando nasce um doador  
renasce uma 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	2,00	2,50	2,40
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	2,50	3,00	2,50	2,50	2,70
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	2,00	2,00	1,60	1,60	2,00	1,84
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	1,60	1,60	2,00	1,56
TOTAL	8,80	8,30	8,70	7,70	9,00	8,50

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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	2,60	2,60	2,60	3,20	2,72
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
TOTAL	7,10	6,60	6,60	6,60	7,70	6,92

QUESTÃO: 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	2,60	1,72
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.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Cobertura dos segmentos de público desejada por essas interpretações.	2,00	2,00	2,50	0,30	2,00	1,76
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	0,30	2,00	2,00	2,00	2,00	1,66
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
Equilibrade das peças.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,00	1,66
TOTAL	14,80	15,90	16,90	16,40	18,10	16,42

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.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,50	2,20
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
TOTAL	8,30	8,30	8,80	8,30	9,30	8,60

Quando nasce um doador renasce uma vida				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,50	6,92	16,42	8,60	40,44