



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 03- CAMPANHA: Escola Viva. Educação inovadora em tempo integral

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 pública.	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.	1,30	1,60	1,30	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	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20
TOTAL	6,00	6,80	6,50	6,80	6,00	6,42

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	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
TOTAL	6,60	8,20	7,70	8,20	6,60	7,46

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	4,00	3,20	3,12
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	3,20	3,20	4,00	2,60	3,24
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
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	2,00	2,50	2,50	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	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
TOTAL	20,90	20,40	23,00	25,10	20,90	22,06

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	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
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	2,00	2,10
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.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
TOTAL	8,80	8,30	9,80	8,80	8,30	8,80

Escola Viva. Educação inovadora em tempo integral				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
6,42	7,46	22,06	8,80	44,74



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 03- CAMPANHA: Escola Viva, um novo modo de viver a escola

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 pública.	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	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Acuidade da compreensão do papel do Governo do Espírito Santo no atual contexto social, político e econômico.	1,60	1,30	1,30	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	0,20	1,30	1,30	1,30	0,86
TOTAL	6,80	6,00	7,10	7,40	6,60	6,78

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	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	3,20	4,00	2,50	2,60	2,98
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	4,00	3,20	3,20	3,20	3,36
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
Cobertura dos segmentos de público ensejada 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	2,00	2,40
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Exequibilidade das peças.	2,50	2,00	2,50	3,00	2,00	2,40
TOTAL	22,40	23,30	23,80	23,30	19,30	22,42

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	2,50	2,00	2,60
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3,00	2,00	3,00	2,50	2,00	2,50
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.	0,30	0,30	0,30	2,00	2,00	0,98
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
TOTAL	10,30	8,80	10,30	11,00	8,80	9,84

Escola Viva, um novo modo de viver a escola				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
6,78	7,38	22,42	9,84	46,42



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 03- CAMPANHA: A Escola Viva está com matrículas e horizontes abertos para 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.	2,50	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	2,00	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	1,30	1,60	2,00	1,30	1,56
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	0,20	1,30	1,60	1,60	1,30	1,20
TOTAL	7,30	7,10	8,20	8,10	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 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.	2,50	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	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
TOTAL	7,70	6,60	8,20	8,20	6,60	7,46

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	4,00	2,60	3,40
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	3,20	3,20	2,60	2,60	2,84
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	2,60	2,60	3,20	2,84
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Cobertura dos segmentos de público ensejada 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	2,50	2,50	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	2,00	2,30
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
TOTAL	24,00	23,00	24,80	24,20	20,40	23,28

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	2,50	2,00	2,10
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
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.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
TOTAL	10,50	10,00	10,50	12,50	10,50	10,80

A Escola Viva está com matrículas e horizontes abertos para seu filho viver o sonho que escolher				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,46	7,46	23,28	10,80	49,00



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 03- CAMPANHA:

Dê o play no seu projeto 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 pública.	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.	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	1,30	1,60	1,60	1,42
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,30	1,30	1,30	1,60	1,42
TOTAL	7,40	7,10	7,60	7,90	7,70	7,54

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	3,20	3,20
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
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	8,20	8,20	8,20	8,70	8,20	8,30

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	3,20	3,20	3,20	4,00	3,36
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	2,00	2,00	2,50	2,10
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,50	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,00	2,00	2,50	3,00	2,40
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,50	2,20
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	22,00	22,00	21,80	22,00	24,80	22,52

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	2,50	2,50
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	2,60
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	2,50	2,00	2,10
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	11,50	11,00	11,50	12,00	12,50	11,70

Dê o play no seu projeto de vida

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,54	8,30	22,52	11,70	50,06



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 03- CAMPANHA: Venha para a Escola Viva e viva suas escolhas

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.	3,00	2,00	3,00	2,50	2,00	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	1,60	1,30	1,36
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,30	1,30	1,60	1,60	1,60	1,48
TOTAL	7,60	7,10	8,40	8,20	6,90	7,64

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	2,60	4,00	4,00	3,20	3,56
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.	0,30	2,00	2,00	2,00	2,50	1,76
TOTAL	7,30	7,10	8,50	8,50	7,70	7,82

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	4,00	2,60	3,00
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.	2,60	3,20	3,20	3,20	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
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.	2,50	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
TOTAL	21,90	20,30	23,60	24,40	19,80	22,00

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	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,50	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	2,00	2,00	2,10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	0,30	2,00	2,00	2,00	1,66
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
TOTAL	10,00	9,30	11,50	11,00	10,50	10,46

Venha para a Escola Viva e viva suas escolhas				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,64	7,82	22,00	10,46	47,92



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 03- CAMPANHA: A Escola Viva possibilita escolhas e crescimento

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 pública.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
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	1,60	1,60	1,60	1,60	1,54
TOTAL	7,40	7,20	8,20	8,20	6,90	7,58

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	2,50	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	2,50	2,00	2,10
TOTAL	6,60	6,60	7,70	8,20	7,10	7,24

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	2,50	2,60	2,70
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	2,60	2,60	3,20	0,40	2,28
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.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada 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	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
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	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
TOTAL	21,90	20,90	22,50	22,40	18,10	21,16

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	2,00	3,00	2,00	2,00	2,40
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	2,50	2,00	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	2,00	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	2,50	2,00	2,10
TOTAL	11,50	10,00	12,00	10,50	10,00	10,80

A Escola Viva possibilita escolhas e crescimento				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,58	7,24	21,16	10,80	46,78



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 03- CAMPANHA: **#vempraEscolaViva**

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 pública.	2,50	3,00	2,50	2,50	3,00	2,70
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,50	3,00	2,50	2,50	2,00	2,50
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.	1,60	1,60	1,60	1,30	1,60	1,54
TOTAL	8,20	9,20	8,20	8,30	8,20	8,42

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	3,20	3,20
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	2,50	3,00	3,00	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	2,50	2,10
TOTAL	7,70	7,70	7,70	8,20	8,70	8,00

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	3,20	3,20	3,20	3,20
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.	2,60	3,20	3,20	3,20	3,20	3,08
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,00	2,50	3,00	2,50
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,50	2,40
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,50	2,30
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	22,00	23,10	22,10	22,50	23,60	22,66

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	3,00	2,60
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3,00	2,50	2,50	2,50	2,50	2,60
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,50	2,20
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	0,30	0,30	2,00	2,00	0,98
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
TOTAL	9,80	10,30	9,80	11,00	12,00	10,58

#vempraEscolaViva				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,42	8,00	22,66	10,58	49,66



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 03- CAMPANHA: Viva a Escola Viva

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 pública.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
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	1,30	1,48
Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	1,60	1,30	1,30	1,30	1,30	1,36
TOTAL	7,70	6,60	7,90	7,90	6,60	7,34

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.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	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	2,50	2,10
TOTAL	7,10	6,60	7,70	7,70	7,60	7,34

QUESITO: 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.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
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.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
TOTAL	23,60	20,30	23,10	24,60	21,30	22,58

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	2,00	2,00	3,00	2,00	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3,00	2,00	2,00	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	2,00	2,50	2,50	2,20
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,30	2,00	2,00	2,00	2,00	1,66
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	10,80	10,00	10,50	12,50	10,50	10,86

Viva a Escola Viva				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,34	7,34	22,58	10,86	48,12



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 03- CAMPANHA: Não é pra saber quem você vai ser, mas para conhecer quem

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	2,00	2,50	3,00	3,00	2,60
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	2,50	2,50	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	1,60	1,30	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	1,30	1,60	1,48
TOTAL	8,70	7,40	7,90	8,40	8,70	8,22

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	4,00	3,20	2,60	3,12
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	2,50	2,10
TOTAL	7,10	7,70	8,50	7,70	7,10	7,62

QUESITO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	3,20	2,60	4,00	4,00	3,20	3,40
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	3,20	3,20	4,00	4,00	2,60	3,40
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	3,20	3,20	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	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.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
TOTAL	24,60	21,90	26,20	26,70	21,90	24,26

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	2,00	2,70
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3,00	2,50	2,50	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	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	2,50	2,50	2,50	2,50	2,40
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,50	2,20
TOTAL	12,50	11,50	13,00	12,50	11,50	12,20

Não é pra saber quem você vai ser, mas para conhecer quem você já é				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,22	7,62	24,26	12,20	52,30



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 03- CAMPANHA: Escola Viva, sua escolha, sua escola

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 pública.	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.	1,60	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	1,30	1,60	2,00	1,60	1,62
TOTAL	8,20	7,40	8,60	8,60	7,20	8,00

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	2,60	4,00	4,00	2,60	3,44
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
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	2,00	1,66
TOTAL	6,80	6,60	8,00	8,00	6,60	7,20

QUESITO: 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	4,00	2,60	3,12
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.	3,20	3,20	3,20	3,20	2,60	3,08
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
TOTAL	23,60	21,40	23,60	25,90	20,80	23,06

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	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	2,50	2,50	2,00	2,20
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
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	10,50	11,50	12,50	10,00	10,90

Escola Viva, sua escolha, sua escola				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,00	7,20	23,06	10,90	49,16



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 03- CAMPANHA: Na Escola Viva o estudante vive e realiza seu sonho

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	2,00	2,50	2,50	2,00	2,20
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.	1,60	1,30	1,60	1,60	1,30	1,48
TOTAL	7,40	7,10	8,20	8,20	6,60	7,50

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	3,20	2,60	2,60	2,72
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	2,00	2,00	2,00
TOTAL	6,60	6,60	7,20	7,10	6,60	6,82

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	3,20	2,60	2,72
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	0,40	2,60	2,60	3,20	2,28
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	2,60	3,20	2,60	2,96
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,50	2,10
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	2,00	0,30	1,76
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,50	2,30
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
TOTAL	21,40	18,70	21,30	23,00	19,70	20,82

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	2,50	2,40
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	2,50	2,00	2,00	2,50	2,20
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	0,30	1,66
TOTAL	11,00	10,50	11,50	11,50	9,30	10,76

Na Escola Viva o estudante vive e realiza seu sonho				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,50	6,82	20,82	10,76	45,90