



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 04 - CAMPANHA: A Ocupação Social traz vida nova para as comunidades

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.	2,00	2,00	2,50	3,00	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	1,30	1,60	1,60	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	1,60	1,60	1,48
TOTAL	7,20	6,60	7,60	8,20	7,20	7,36

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	4,00	4,00	2,60	3,40
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,50	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
TOTAL	7,20	7,20	8,00	8,50	7,10	7,60

QUESTO: 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	2,60	2,60	3,20	2,60	2,72
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	2,60	3,20	2,60	2,84
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	2,50	2,50	2,00	2,20
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,00	2,00	2,50	2,00	2,20
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
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	2,50	2,30
TOTAL	21,90	19,80	21,30	24,10	20,30	21,48

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	2,00	2,50	2,40
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,50	2,50	2,50	2,00	0,30	1,96
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	3,00	2,00	2,00	2,00	2,30
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	0,30	2,00	2,50	2,00	1,76
TOTAL	11,50	10,30	11,00	10,50	9,30	10,52

A Ocupação Social traz vida nova para as comunidades

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,36	7,60	21,48	10,52	46,96



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: **É assim que eu me expresso**

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	2,50	3,00	3,00	2,00	2,70
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	1,60	2,00	1,60	1,68
TOTAL	8,70	8,70	9,60	9,60	7,70	8,86

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	3,20	3,08
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	2,00	2,00	2,10
TOTAL	7,70	7,10	8,70	8,20	7,70	7,88

QUESTO: 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	2,60	3,08
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	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
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	2,00	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	3,00	3,00	3,00	3,00	2,00	2,80
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
TOTAL	24,50	24,00	25,10	24,60	20,90	23,82

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	2,50	2,50	3,00	2,50	2,60
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	2,50	2,00	2,40
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,50	3,00	2,50	2,50	2,00	2,50
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	12,50	12,50	12,50	13,00	10,50	12,20

É assim que eu me expresso

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,86	7,88	23,82	12,20	52,76



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 04 - CAMPANHA: Conexão Social. Junto com
você, a mudança acontece

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	2,50	2,50	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.	1,60	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	2,00	1,30	1,56
TOTAL	7,40	7,20	7,70	8,60	7,10	7,60

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.	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	2,50	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	7,70	7,70	7,70	7,70	7,10	7,58

QUESTO: 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	2,60	3,08
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	2,60	2,60	3,20	2,60	2,84
Multiplicidade de interpretações factíveis 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	2,50	2,00	2,40
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,00	2,40
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	24,60	23,50	24,30	24,60	20,40	23,48

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	3,00	3,00	2,00	2,60
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	2,00	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	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	11,50	11,00	12,00	12,50	10,00	11,40

Conexão Social. Junto com você, a mudança acontece				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,60	7,58	23,48	11,40	50,06



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: Ocupação Social. Mais que um programa. Um 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 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	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.	1,30	1,30	1,30	1,60	1,30	1,36
TOTAL	7,60	7,60	7,90	8,20	6,60	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	2,60	2,60	2,60	2,60
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,50	2,50	3,00	3,00	2,00	2,60
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	7,10	7,60	7,60	7,10	7,30

QUESTO: 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	2,60	3,20	3,08
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	3,20	2,60	3,20	2,60	2,84
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.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,00	2,30
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,00	2,50	2,00	2,30
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	2,00	2,50	2,00	2,50	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	2,00	2,50	2,00	2,00	2,20
Exequibilidade das peças.	2,00	2,50	2,50	2,00	2,00	2,20
TOTAL	21,90	22,50	21,90	22,40	20,40	21,82

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	2,50	2,50	3,00	2,00	2,50
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.	2,00	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.	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	11,00	11,00	11,00	12,50	10,00	11,10

Ocupação Social. Mais que um programa. Um projeto de vida				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,58	7,30	21,82	11,10	47,80



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 04 - CAMPANHA: **Faz parte do meu espírito**

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	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	1,60	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	1,30	1,60	1,60	1,48
TOTAL	7,70	6,60	7,90	8,20	7,20	7,52

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	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.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60

QUESTO: 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	3,20	2,60	2,72
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	2,60	3,20	2,60	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 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.	2,00	2,50	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	2,00	2,10
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,50	2,50	2,50	2,00	2,30
Exequibilidade das peças.	0,30	0,30	2,50	2,50	2,00	1,52
TOTAL	19,20	19,70	21,30	24,00	19,80	20,80

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,50	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	2,00	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	2,50	2,00	2,10
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,50	2,00	2,50	2,00	2,20
TOTAL	10,50	11,00	11,00	12,50	10,00	11,00

Faz parte do meu espírito				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,52	6,60	20,80	11,00	45,92



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: Vamos construir histórias que valem a pena contar

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	2,50	3,00	2,80
Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação do Governo do Espírito Santo.	3,00	2,50	3,00	3,00	2,50	2,80
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	1,30	1,60	1,30	1,14
TOTAL	7,30	8,10	8,90	9,10	8,10	8,30

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 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.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação do Governo do Espírito Santo com seus públicos.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,50	2,20
TOTAL	7,10	7,70	8,20	8,50	8,20	7,94

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	0,40	3,20	2,60	2,28
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	3,20	2,60	2,60	0,40	1,84
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3,20	3,20	2,60	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 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	0,30	1,66
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	0,30	0,30	2,00	2,00	1,32
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Exequibilidade das peças.	2,50	0,30	2,00	0,30	2,50	1,52
TOTAL	18,70	17,60	15,90	19,30	16,40	17,58

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.	2,50	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	2,00	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	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	2,00	0,30	2,00	0,30	1,32
TOTAL	9,30	8,30	9,30	9,30	9,30	9,10

Vamos construir histórias que valem a pena contar

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
8,30	7,94	17,58	9,10	42,92



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: Sai a preocupação social. Entra a Ocupação Social

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	2,00	2,00	2,20
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	1,60	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	1,30	1,60	1,60	1,30	1,42
TOTAL	6,60	7,40	8,20	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 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	2,50	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	2,50	2,00	2,10
TOTAL	6,60	7,10	7,70	8,20	6,60	7,24

QUESTO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	2,60	3,20	2,60	2,60	2,60	2,72
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	2,60	0,40	2,60	2,60	2,60	2,16
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	2,00	0,30	1,66
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,00	2,00	2,00	2,00	2,10
Pertinência às atividades do Governo do Espírito Santo e sua inserção na sociedade.	0,30	2,00	2,00	0,30	0,30	0,98
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	0,30	2,00	2,50	2,00	1,76
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,50	2,00	2,50	2,50	2,50	2,40
Exequibilidade das peças.	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	2,20
TOTAL	19,70	17,10	20,30	20,10	16,90	18,82

ESTRATÉGIA DE MÍDIA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	2,00	2,00	2,00	2,50	2,00	2,10
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,00	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	2,00	2,00
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,00	0,30	2,00	2,50	2,00	1,76
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	0,30	2,00	2,00	0,30	0,30	0,98
TOTAL	8,30	8,30	8,30	9,30	8,30	8,50

Sai a preocupação social. Entra a Ocupação Social

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,30	7,24	18,82	8,50	41,86



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: Ocupação Social. Oportunidades para quem mais precisa

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.	2,00	2,00	2,50	3,00	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	1,30	1,60	1,60	1,30	1,42
TOTAL	6,60	6,90	8,20	8,20	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 e/ou seu problema específico de comunicação.	2,60	2,60	2,60	3,20	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	2,50	2,00	2,10
TOTAL	6,60	6,60	6,60	8,20	6,60	6,92

QUESTO: 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	0,40	2,16
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	2,60	2,60	3,20	3,20	2,84
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	0,30	2,00	0,30	2,00	2,00	1,32
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	2,00	2,00	0,30	2,00	1,32
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	2,50	2,10
TOTAL	12,50	14,20	14,20	14,80	13,10	13,76

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.	2,00	2,00	2,50	2,00	0,30	1,76
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,00	2,00	0,30	2,00	2,50	1,76
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.	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
TOTAL	6,60	6,60	7,60	6,60	7,10	6,90

Ocupação Social. Oportunidades para quem mais precisa				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,30	6,92	13,76	6,90	34,88



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: Participar leva você adiante

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	1,60	2,00	1,50
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	1,30	2,00	1,44
TOTAL	7,60	7,60	7,60	7,90	9,00	7,94

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.	2,00	2,00	2,50	2,00	2,50	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	3,00	2,20
TOTAL	7,20	7,20	7,70	7,20	8,70	7,60

QUESTO: 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	2,60	2,60	2,60	4,00	3,00
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.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	2,60
Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	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.	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,20
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,00	2,00	2,50	3,00	2,30
Exequibilidade das peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
TOTAL	23,00	22,40	22,40	22,90	26,80	23,50

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.	2,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,20
Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	2,50	2,50	2,50	2,50	3,00	2,60
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,50	2,20
TOTAL	11,50	12,00	11,50	11,50	13,50	12,00

Participar leva você adiante

RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
7,94	7,60	23,50	12,00	51,04



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO
SUPERINTENDÊNCIA ESTADUAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL –
SECOM

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

LOTE 04 - CAMPANHA: Quem não tinha futuro agora vai ter

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.	2,00	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	1,60	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	0,20	1,14
TOTAL	6,60	6,90	7,40	7,70	6,30	6,98

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	2,60	2,60	2,60	2,60
Consistência lógica e a pertinência da argumentação em sua defesa.	2,00	2,00	2,50	2,00	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	7,10	6,60	6,60	6,70

QUESTO: IDEIA CRIATIVA	AVALIADOR / NOTA					MÉDIA
	01	02	03	04	05	
Adequação ao problema específico de comunicação do Governo Espírito Santo.	0,40	2,60	2,60	2,60	0,40	1,72
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	0,40	0,40	0,40	0,40	0,00	0,32
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	2,60	0,40	2,60	2,60	2,60	2,16
Multiplicidade de interpretações factíveis que comporta.	2,00	0,30	0,30	0,30	2,00	0,98
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	0,30	1,66
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2,00	0,30	0,30	2,00	2,00	1,32
Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	2,00	2,50	2,00	2,00	2,00	2,10
Exequibilidade das peças.	0,30	2,00	2,00	0,30	2,00	1,32
TOTAL	13,70	12,50	14,20	14,20	13,30	13,58

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	2,00	2,00	2,00
TOTAL	10,00	10,00	11,00	12,00	10,00	10,60

Quem não tinha futuro agora vai ter				
RACIOCÍNIO BÁSICO	ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	IDEIA CRIATIVA	ESTRATÉGIA DE MÍDIA	TOTAL
6,98	6,70	13,58	10,60	37,86