

SUBCOMISSÃO TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021 – CPL
ATA DE ANÁLISE E JULGAMENTO – PROPOSTA TÉCNICA

Seguindo os trabalhos de análises individuais dos PLANOS DE COMUNICAÇÃO (Vias não identificadas), componentes dos envelopes 01 (um). Foram recebidas as propostas com os nomes CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA e O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA, que apresentaram seus Planos redigidos em língua portuguesa, sem emendas ou rasuras, em papel A4, branco, com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda, sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes, com textos justificados com espaçamento “simples” entre as linhas, com texto em fonte “Arial”, tamanho 12 pontos, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página, em caderno único, com espiral preto colocados dentro do envelope/invólucro e sem nenhuma identificação da licitante. Em seguida foram aprofundadas as análises dos itens e subitens da proposta:

RACIOCÍNIO BÁSICO

No Raciocínio Básico as duas proponentes apresentaram textos que atendem ao edital, ao apresentar texto de até 4 (quatro) laudas em que explicitam seus conhecimentos gerais sobre a Câmara Municipal de Açailândia e entendimento. Ambos os textos têm boas argumentações para o diagnóstico de uma campanha de média complexidade, principalmente do papel da Câmara Municipal de Açailândia no atual contexto social, político e econômico. Mas diferindo entre si pela objetividade do raciocínio, pela compreensão da operacionalidade e rotina da Câmara de Açailândia relacionada à comunicação, e a clareza da leitura dificultada com erros de grafia, análises que fez a proposta **O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA** obter 15 pontos. A proposta **CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA** obteve 14 pontos.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Na estratégia de comunicação publicitária as duas proponentes apresentaram textos que atendem ao edital, com texto de até 4 (quatro) laudas em que cada Licitante expuseram o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentaram a comunicação da Câmara, os quais foram avaliados sobre adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da Câmara Municipal de Açailândia, baseado nas informações do Briefing observando a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa, a riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da Câmara com seus públicos, adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Açailândia, a Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária. Os textos estavam com suas estratégias bem defendidas e fundamentadas. O que foi crucial para diferenciar uma vantagem no julgamento de uma da outra nesse quesito, foi o aproveitamento do approach orientado no briefing, inserindo e adequando ao seu conceito e ao partido temático, simplificando a linguagem na solução dos problemas de comunicação, e mostrando alinhamento e criatividade com as informações do briefing. Diante disso a Proposta **O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA** obteve nota 17. A proposta **CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA** obteve 14 pontos.



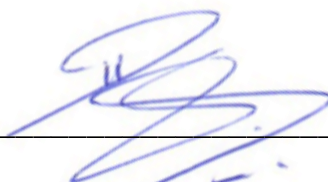
SUBCOMISSÃO TÉCNICA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021 – CPL
ATA DE ANÁLISE E JULGAMENTO – PROPOSTA TÉCNICA

IDEIA CRIATIVA

A Ideia Criativa traz a síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Foram apresentadas com um teor bastante diferente entre as proponentes, desde seu mote e aplicações de peças até seus acabamentos e definição artística, escrita e visual. O **POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA** apresentou seu mote aplicado em peça mais usual com uma ideia de expressão artística leve, limpa e alegre. Poucos textos nas peças visuais, linguagem curta e objetiva, mostrando os desdobramentos comunicativos que ensejam e a compatibilidade da linguagem das peças aos meios. A proposta **CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA** apresentou seu mote aplicado em uma nova proposta de logotipo, em peças usuais e no designer do seu aplicativo proposto na estratégia de comunicação, com exemplos de peças e ideia de expressão artística caricata com linguagem e textos mais testemunhais. Os principais pontos que influenciaram para o julgamento foram: uma melhor aplicação do mote, um melhor acabamento das peças, a melhor definição e objetividade das escolhas das peças, a simplicidade da informação, a compatibilidade da mensagem e a linguagem das peças aos meios. Diante disso, a proposta **O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA** obteve 17 pontos. A proposta **CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA** obteve 15 pontos.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

As duas proponentes apresentaram textos conforme o edital, em que as licitantes demonstram a capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no Briefing. Ambas se equipararam no conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. A proposta **O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA** optou por distribuir suas peças publicitárias em veículos de mídia de massa como rádio e TV locais, mídia externa em outdoor, propaganda em carro de som, mídias digitais utilizando os meios de internet e redes sociais, apresentou uma pesquisa de hábitos e consumo local, bem como utilizou toda a ordem orçamentária de **R\$ 80.000,00** (oitenta mil reais), informada no briefing. A proposta **CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA** distribuiu suas peças em veículos de massa, rádio e TV locais, mídia online/digital e Mídias externas. Utilizou apenas 67.250,00 (sessenta e sete mil e duzentos e cinquenta reais). Os pontos mais relevantes que pesaram no julgamento entre as propostas para esse quesito foram: a pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Açailândia e a aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Diante disso, a proposta **O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA** obteve 12 pontos. A proposta **CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA** obteve 11 pontos.



Djalma Silva Macêdo
Membro da Subcomissão Técnica