

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

RACIOCÍNIO BÁSICO

O contexto do Raciocínio Básico da proponente O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA obteve 17 pontos, enquanto a campanha CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA obteve 15 pontos. A diferença de pontos ocorre porque uma proponente mostrou uma melhor compreensão sobre as funções, papel, natureza e extensão da Câmara do que a outra proponente. Ambas dissertaram muito bem sobre as atividades do legislativo que são significativas para a comunicação pública, bem como os desafios dos problemas gerais e específicos da necessidade de comunicação da Câmara Municipal de Açailândia. Observou-se erros de português na proposta CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A proponente CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA 16 pontos e a proponente O POVO ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA obteve 18 pontos. Apesar dos planos de comunicação apresentados terem diferentes compreensões uma está mais alinhada com o briefing do edital do que a outra. Ressalta-se que em todos os planos foram apresentados e argumentados em defesa da sua estratégia de comunicação. Mostrando adequação e consistência lógica de seus partidos temáticos e seus conceitos propostos.

IDEIA CRIATIVA

Ambas as propostas apresentaram suas ideias criativas com relação de todas as peças e material que consideraram necessário para a execução das campanhas. Mostraram coerência nos comentários sobre cada peça, demonstraram suas adequações sobre desafios e problemas, estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante, bem como a exequibilidade das peças a compatibilidade da linguagem utilizadas nas peças e no material aos meios e aos públicos propostos. Por ter apresentado melhor acabamento nas peças da ideia criativa, a campanha O POVO

Renata de Almeida Araujo Mendes

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

ESCREVENDO UMA NOVA HISTÓRIA obteve 16 pontos. Já a proponente CÂMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA conquistou 14 pontos.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

No plano de estratégia de mídia e não mídia, foram atribuídos 11 pontos para ambas as proponentes. Considerou-se que as duas propostas demonstraram pouco conhecimento analítico sobre os hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público quem tal campanha de comunicação se destina atingir no município de Açailândia. Embora tenham sido apresentadas pesquisas de consumo nas duas propostas – uma com dados locais e outra com dados nacionais -, nenhuma proponente tratou do perfil da audiência dos meios de comunicação citados nos planos por ambas as licitantes.



Renata Almeida de Araújo Menezes
Membro da Subcomissão Técnica