ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ATA 01 – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

ATA DE REUNIÃO Nº 01, ELABORADA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DESIGNADA CONFORME PUBLICAÇÃO NO DIÁRIO ELETRÔNICO DE CONTAS DO DIA 13 DE MARÇO DE 2026, COMPOSTA POR GUSTAVO HENRIQUE BERNADES GOMES, GABRIELLA NUNES DE GOUVÊA E UIARA FERREIRA MACHADO BARRETO, VISANDO ANALISAR E JULGAR AS PROPOSTAS TÉCNICAS REFERENTES À CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026, QUE TEM COMO OBJETO A CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, NOS TERMOS DO EDITAL.

No dia 22 de maio de 2026, reunida na sede do Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE-GO), a SUBCOMISSÃO TÉCNICA recebeu da COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO (CEL) caixa contendo o INVÓLUCRO Nº 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA das 04 (quatro) licitantes participantes do certame. Às 9h18 do dia 22 de maio de 2026, de posse dos invólucros, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA conferiu sua inviolabilidade, não tendo sido encontrado nenhum código, sinal ou marca que possibilitasse a identificação de autoria. Em seguida, deu início à I) análise das ocorrências listadas na Ata da Primeira Sessão da Concorrência nº 01/2026 e, só então, seguiu para II) análise e julgamento das propostas técnicas, observando os critérios estabelecidos no Edital da Concorrência Presencial nº 01/2026 e seus anexos.

I – ANÁLISE DAS OCORRÊNCIAS LISTADAS NA "ATA DA PRIMEIRA SESSÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2026"

De posse do conteúdo do INVÓLUCRO Nº1 das 04 (quatro) licitantes, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA proferiu a análise da "ATA DA PRIMEIRA SESSÃO DA CONCORRÊNCIA Nº 01/2026", datada de 19 de maio de 2026, na qual constavam as seguintes ocorrências a serem analisadas pela SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

1. *A encadernação apresentada por um dos licitantes foi apresentada com espiral branca, em descumprimento a item do edital;*
2. *Uma das propostas apresentadas contém mais do que 30 páginas, onde, em tese, haveria descumprimento de item do edital, porém, foi suscitada a possibilidade de que haveria liberalidade nesse caso por conta de orientação emitida anteriormente por este Tribunal de sede de pedido de esclarecimentos;*

3. *Uma das propostas apresentadas contém documentos com a gramatura acima do previsto no edital;*
4. *Uma das propostas apresentadas contém mais do que 30 páginas ou eventuais documentos avulsos, onde, em tese haveria descumprimento de item do edital.*

A SUBCOMISSÃO TÉCNICA deu, então, início à análise formal pormenorizada de cada uma das propostas apresentadas e identificou que as 04 (quatro) licitantes, sem exceção, descumpriram em alguma medida o edital no que diz respeito às regras de apresentação e formatação dos textos da proposta técnica, conforme estabelecido no item 6.3.1.1.3 do edital. Desse modo, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA decidiu por relevar o formalismo em favor da ampliação da competitividade entre as licitantes, interpretando, assim, o edital sob a perspectiva da razoabilidade e da proporcionalidade, afinal, as inconformidades não permitiram e/ou remeteram à identificação de autoria das propostas. A seguir, estão listadas as inconformidades:

CAMPANHA: A LENTE QUE FISCALIZA. SEU OLHAR QUE PARTICIPA.

Inconformidades: 1) capa transparente em tom azulado, em desconformidade com o item 6.3.1.1.3 do edital; 2) monstro foi apresentado dobrado, em desconformidade com resposta ao Pedido de Esclarecimento 2, questionamento 3, dada por este Tribunal em 7 de abril de 2026.

CAMPANHA: É VOCÊ QUE CONTA.

Inconformidades: 1) página branca, inserida após contracapa, encontra-se numerada, em desconformidade com o item 6.3.1.1.3 do edital; 2: o espaçamento inferior, nas páginas 8 e 12, extrapola os 2 cm estabelecidos no item 6.3.1.1.3 do edital.

CAMPANHA: VOCÊ NÃO VÊ, MAS O TCE-GO TRABALHA POR VOCÊ.

Inconformidades: 1) espiral transparente, em desconformidade com item 6.3.1.1.3 do edital; 2) formatação do texto em desconformidade com o item 6.3.1.1.3 do edital, incluindo: espaçamento entrelinhas, tamanho da fonte, texto em negrito, sinal (tópicos).

CAMPANHA: O ZELO QUE TRANSFORMA.

Inconformidades: 1) formatação do texto em desconformidade com o item 6.3.1.1.3 do edital, incluindo: espaçamento entrelinhas/parágrafos, texto em negrito, quebra de texto (página 3, 7, 9 e 10), sinal (tópicos).

II - ANÁLISE E JULGAMENTO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Utilizando-se do melhor julgamento dentro das técnicas de publicidade e observando os critérios estabelecidos no Edital da Concorrência Presencial nº 01/2026 e seus anexos, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA iniciou a análise e julgamento do conteúdo das propostas apresentadas pelas licitantes, trabalho esse que se estendeu até às 18h30 do dia 22 de maio de 2026, com intervalo de almoço entre 12h55 e 13h55. Respeitando os atributos a serem

observados no julgamento técnico das propostas (conforme item 5.4.1 do TR - Anexo III do Edital) e considerando a pontuação máxima de cada um dos quesitos (item 5.5.1 do TR – Anexo III do Edital), a SUBCOMISSÃO TÉCNICA estabeleceu consensualmente a seguinte gradação no âmbito de cada subquesito, para fins de atribuição dos pontos:

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO	**NOTA**
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	1,0 ponto
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0 ponto
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	1,2 ponto
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2 ponto
TOTAL	**4,4 pontos**

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**NOTA**
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0 pontos
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,5 pontos
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,6 pontos
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	3,0 pontos
TOTAL	**13,1 pontos**

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA	**NOTA**
a) sua adequação ao problema especifico de comunicação do TCE-GO;	2,0 pontos
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0 pontos
c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,5 pontos
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2,0 pontos
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,6 pontos
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0 pontos
TOTAL	**13,1 pontos**

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	NOTA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;	1,0 ponto
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,8 ponto
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8 ponto
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0 ponto
e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8 ponto
TOTAL	**4,4 pontos**

Assim, as propostas foram analisadas por cada um dos membros da SUBCOMISSÃO TÉCNICA em ordem aleatória e a pontuação atribuída está descrita a seguir. As planilhas contendo as análises, pontuações e justificativas individualizadas constam no anexo desta Ata.

TEMA: É VOCÊ QUE CONTA.

SUBITEM	1º MEMBRO	2º MEMBRO	3º MEMBRO	MÉDIA ARITMÉTICA
Raciocínio Básico (4,4 pts)	4,1	4,2	4,0	4,1
Estratégia de Comunicação Publicitária (13,1 pts)	11,9	11,6	12,5	12,0
Ideia Criativa (13,1 pts)	11,8	12,4	11,6	11,93
Estratégia de Mídia e Não Mídia (4,4 pts)	4,0	3,9	4,0	3,96
Plano de Comunicação Publicitária (35 pts)	**31,8**	**32,1**	**32,1**	**32,0**

TEMA: VOCÊ NÃO VÊ, MAS O TCE-GO TRABALHA POR VOCÊ.

SUBITEM	1º MEMBRO	2º MEMBRO	3º MEMBRO	MÉDIA ARITMÉTICA
Raciocínio Básico (4,4 pts)	1,6	1,5	1,5	1,53
Estratégia de Comunicação Publicitária (13,1 pts)	5,0	6,5	5,7	5,73
Ideia Criativa (13,1 pts)	4,8	5,1	5,4	5,1
Estratégia de Mídia e Não Mídia (4,4 pts)	0,4	0,8	0,2	0,46
Plano de Comunicação Publicitária (35 pts)	**11,8**	**13,9**	**12,8**	**12,82**

TEMA: A LENTE QUE FISCALIZA, SEU OLHAR QUE PARTICIPA.

SUBITEM	1º MEMBRO	2º MEMBRO	3º MEMBRO	MÉDIA ARITMÉTICA
Raciocínio Básico (4,4 pts)	4,4	4,2	4,2	4,26
Estratégia de Comunicação Publicitária (13,1 pts)	12,8	13,1	13,1	13,0
Ideia Criativa (13,1 pts)	12,4	13,1	12,6	12,7
Estratégia de Mídia e Não Mídia (4,4 pts)	4,4	4,4	4,4	4,4
Plano de Comunicação Publicitária (35 pts)	**34**	**34,8**	**34,3**	**34,36**

TEMA: O ZELO QUE TRANSFORMA.

SUBITEM	1º MEMBRO	2º MEMBRO	3º MEMBRO	MÉDIA ARITMÉTICA
Raciocínio Básico (4,4 pts)	2,9	3,7	3,6	3,4
Estratégia de Comunicação Publicitária (13,1 pts)	9,0	10,6	12,0	10,53
Ideia Criativa (13,1 pts)	9,1	11,3	10,6	10,33
Estratégia de Mídia e Não Mídia (4,4 pts)	2,7	2,6	3,3	2,86
Plano de Comunicação Publicitária (35 pts)	**25,7**	**28,20**	**29,5**	**27,12**

Assim, concluída a análise e julgamento das propostas constantes no INVÓLUCRO 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA das 04 (quatro) licitantes e atendendo ao exposto no edital, a SUBCOMISSÃO TÉCNICA encaminha à COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO (CEL):

a) a presente ATA de julgamento do INVÓLUCRO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA das 04 (quatro) licitantes;
b) as planilhas de avaliação individualizadas;
c) os invólucros e documentos analisados.

Nos colocamos à disposição.

Goiânia/GO, 27 de maio de 2026.

GUSTAVO HENRIQUE BERNADES GOMES

GABRIELLA NUNES DE GOUVÊA

UIARA FERREIRA MACHADO BARRETO

ANEXO – PLANILHAS DE AVALIAÇÃO INDIVIDUALIZADAS

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: É VOCÊ QUE CONTA

Avaliador 1: GUSTAVO HENRIQUE BERNADES GOMES

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	1,0	CONHECIMENTO ADEQUADO
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	CONHECIMENTO ADEQUADO
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,9	CONHECIMENTO PARCIAL DO CONTEXTO SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	CONHECIMENTO ADEQUADO
TOTAL	4,1	—

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	APRESENTA PROPOSTA ADEQUADA.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	2,7	APRESENTA PROPOSTA COM RIQUEZA PARCIAL DE DESDOBRAMENTOS DO CONCEITO PROPOSTO.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,6	APRESENTA PROPOSTA ADEQUADA.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	2,6	CONSISTÊNCIA PARCIAL, PRECISANDO ESPECIFICAR MELHOR O USO DAS VERBAS.
TOTAL	11,9	—

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	1,9	ADEQUAÇÃO PARCIAL AOS PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO DO TCE-GO
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	1,5	APRESENTA INTERPRETAÇÕES POSITIVAS, MAS PODE MARGEM PARA OUTRAS

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,3	COMPREENSÃO PARCIALMENTE SATISFATÓRIA NO OBSERVAR PARTE DO PÚBLICO - ALVO.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,5	O MODE CA É MUITO USADO PELA MAIORIA DOS TCEs.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,6	APRESENTA SIMPLICIDADE ADEQUADA.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0	APRESENTA PERTINÊNCIA ADEQUADA
TOTAL	11,8	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,8	APRESENTA CONHECIMENTO PARCIAL, NÃO ABRANGENDO ALGUNS PÚBLICOS
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,6	PARCIALMENTE SATISFATÓRIA, ANALISANDO HÁBITOS DE PÚBLICOS DIVERSOS
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8	APRESENTA PLANO CONSISTENTE
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0	UTILIZA OS RECURSOS DO TCE-GO EM SUA TOTALIDADE

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8	Apresenta economicidade de aplicação.
TOTAL	4,0	—

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	31,8

Gustavo Marcaja B. Gomes

Assinatura do avaliador

Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: É você que conta

Avaliador 2: GABRIELLA NUNES DE GOUVÊA

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	1,0	A licitante apresenta compreensão adequada das características do TCE-GO significativas para a comunicação publicitária.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	A licitante apresenta compreensão suficiente da natureza extensão e qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	1,0	A licitante demonstra compreensão parcialmente suficiente do papel do TCE-GO no atual contexto.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	A licitante demonstra conhecimento adequado do problema de comunicação do TCE-GO
TOTAL	4,2	

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	Partido temático e conceito propostos estão adequados à natureza e qualificação do TCE-GO e ao problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	2,5	Conceito proposto atende parcialmente quanto à riqueza de desdobramentos
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,6	Estratégia proposta pela licitante está adequada para solucionar o problema de comunicação do TCE-GO
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	2,5	Consistência e pertinência da argumentação são parcialmente suficientes.
TOTAL	11,6	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	2,0	Ideia criativa está adequada ao problema de comunicação do TCE-GO.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	1,8	Ideia criativa atende parcialmente.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,5	Cobertura ensejada pelas interpretações é suficiente.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,5	Combinação dos elementos da ideia criativa é parcialmente adequada.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,6	Ideia criativa apresentada é simples e adequada.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0	Ideia criativa é pertinente quanto às atividades do TCE-GO e sua inserção na sociedade.
TOTAL	12,4	

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,7	Licitante demonstra parcial conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,6	Licitante demonstra parcial capacidade analítica no exame desses hábitos.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8	Licitante apresenta plano de distribuição consistente.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0	Licitante demonstra, adequadamente, pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos em questão.

CS Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8	Licitante apresenta, adequadamente, a economicidade da aplicação da verba.
TOTAL	3,9	———

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	32,1

Gabriella Nunes de Gouveia

Assinatura do avaliador

CS Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: É você que conta

Avaliador 3: UIARA FERREIRA MACHADO BARRETO

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	1,0	O raciocínio básico apresenta as características do TCE-GO e as suas atividades de forma adequada.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	O licitante compreendeu de forma suficiente e adequada a extensão e a qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,8	O licitante definiu parcialmente o papel do TCE-GO no contexto social, político e econômico.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	O problema específico de comunicação está definido de forma clara e consistente.
TOTAL	4,0	

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	O tema e o conceito condizem com a natureza e com a qualificação do TCE-GO, bem como com o problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,0	Os desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do órgão com os públicos estão parcialmente suficientes
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,5	A estratégia de comunicação proposta para a solução do problema de comunicação ~~estão sub~~) está adequadamente apresentada.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	3,0	A estratégia, os objetivos e a verba disponível foram apresentados de forma lógica e pertinente
TOTAL	12,5	

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema especifico de comunicação do TCE-GO;	1,9	A ideia criativa se adequa ao problema de comunicação.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	1,5	A ideia criativa comporta parcialmente uma multiplicidade de interpretações favoráveis.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,3	As interpretações favoráveis comportam boa parte dos segmentos de público.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,3	A ideia criativa apresenta originalidade mediana.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,6	A ideia criativa se apresenta de forma simples e adequada.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0	A ideia criativa corresponde com pertinência às atividades do TCE-GO e sua inserção na sociedade.
TOTAL	11,6	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,8	Os hábitos de consumo de comunicação dos públicos estão claros e definidos.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,6	A estratégia de mídia e não mídia apresenta capacidade analítica consistente.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8	O plano simulado de distribuição é pertinente e compatível com as demandas do órgão.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0	O uso dos recursos próprios de comunicação é oportuno e pertinente.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8	O plano de distribuição de peças é adequado e mantém coerência com o conceito criativo
TOTAL	4,0	———

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	32,1

Viviane Ferreira Machado Barreto
Assinatura do avaliador

CS Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: VOCÊ NÃO VÊ, MAS O TCE-GO TRABALHA POR VOCÊ

Avaliador 1: GUSTAVO HENRIQUE BERNADES GOMES

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,5	DEMONSTRA UM CONHECIMENTO PARCIAL E SUPERFICIAL
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	0,3	NÃO APRESENTA, DE FORMA ESPECÍFICA, A RELAÇÃO DO TCE COM O SEU PÚBLICO
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,0	NÃO FAZ CONTEXTUALIZAÇÃO SOCIAL, POLÍTICA E ECONÔMICA.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	0,8	DEMONSTRA SABER PARCIALMENTE O PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO, NÃO TRAZENDO UMA ANÁLISE
TOTAL	1,6	—

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	1,5	A PROPOSTA ESTÁ ADEQUADA, MAS NÃO SE APROFUNDA NAS POSSÍVEIS CAUSAS / SOLUÇÕES PARA O PROBLEMA.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	1,0	TRAZ UM PÚBLICO AMPLO, MAS TRAÇA OBJETIVOS DIFERENTES PARA OS DIVERSOS PÚBLICOS.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	1,5	DESDOBRAMENTO RASO E SEM EXEMPLOS CONCRETOS DE COMO CADA AÇÃO INFLUENCIARÁ CADA PÚBLICO
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	1,0	ARGUMENTAÇÃO PERTINENTE, PORÉM SUPERFICIAL, NÃO APRESENTA ANÁLISES E JUSTIFICATIVAS.
TOTAL	5,0	—

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	1,0	SE ADEQUA DE FORMA PARCIAL, NÃO RESOLVENDO TODOS OS PROBLEMAS.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	0,8	PODE TER COMPREENSÕES NEGATIVAS PELO NOME DA CAMPANHA

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	1,0	SEGMENTAÇÃO GENÉRICA, TENTANDO CONVERSAR AO MESMO TEMPO COM PÚBLICOS DIVERSOS.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	0,5	NÃO CRIA ALGO NOVO, IDEIAS RASAS E SEM FUNDAMENTAÇÕES.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	0,5	SIMPLES, MAS INEFICAZ. FAZ-SE NECESSÁRIO QUE O CIDADÃO PESQUISE E DESCUBRA O QUE O TCE FAZ.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	1,0	EXEMPLOS PERTINENTES, MAS NÃO DEMONSTRA COMO O TCE ATUA EM CADA SITUAÇÃO.
TOTAL	4,8	—

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,2	CONHECIMENTO SUPERFICIAL, SEM DISTINGUIR O PERFIL DO PÚBLICO.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,0	CAPACIDADE ANALÍTICA INSUFICIENTE.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,1	NÃO APRESENTA CONSISTÊNCIA RELEVANTE.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	0,0	NÃO UTILIZA RECURSOS PRÓPRIOS DO TCE.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,1	NÃO JUSTIFICA DE FORMA ESPECÍFICA OS GASTOS
TOTAL	0,4	—

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	11,8

Gustavo Henrique B. Gomes

Assinatura do avaliador

Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Você não vê, mas o TCE-GO trabalha por você

Avaliador 2: GABRIELLA NUNES DE GOUVÊA

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,5	A licitante apresenta compreensão parcialmente adequada das características do TCE-GO significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	0,5	A licitante apresenta compreensão parcialmente suficiente da natureza, extensão e qualidade das relações do TCE-GO e públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0	O licitante não demonstra compreensão do papel do TCE-GO no atual contexto.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	0,5	A licitante demonstra conhecimento parcialmente adequado do problema de comunicação do TCE-GO
TOTAL	1,5	———

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	1,5	Partido temático e conceito parcialmente adequados à natureza e qualificação do TCE-GO e ao problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	1,5	Conceito proposto parcialmente adequado e com pouca riqueza de desdobramentos
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	2,0	Estratégia proposta é parcialmente adequada para solucionar problema de comunicação do TCE-GO.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	1,5	Consistência e pertinência parcialmente suficientes, pouco robustas.
TOTAL	6,5	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	1,0	Ideia criativa é parcialmente adequada ao problema de comunicação
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	0,5	Ideia criativa atende parcialmente / pouco adequada, comportando pouca multiplicidade de interpretações.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	1,0	Cobertura ensejada é insuficiente.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,0	Combinação dos elementos é parcialmente adequada / pouco original.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	0,8	Ideia criativa não atende adequadamente em termos de simplicidade.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	0,8	Ideia criativa é pouco pertinente quanto às atividades e inserção do TCE-GO na sociedade.
TOTAL	5,1	

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,3	Licitante demonstra pouco conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0	Licitante não demonstra capacidade suficiente de exame dos hábitos.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,2	Licitante apresenta plano pouco consistente / pouco adequado.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	0	Licitante não demonstra, adequadamente, pertinência, oportunidade e economicidade do uso dos recursos.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,3	Licitante não demonstra, adequadamente, a economicidade de aplicação da verba.
TOTAL	0,8	—

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	13,9

Gabriella Nunes de Gouvêa

Assinatura do avaliador

Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: Você não vê, mas o TCE-GO trabalha por você.

Avaliador 3: UIARA FERREIRA MACHADO BARRETO

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,4	O raciocínio básico apresenta as características do TCE-GO de forma inadequadas e demonstra não conhecer as atividades exercidas pelo orgão.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	0,5	O licitante compreendeu de forma insuficiente a extensão e a qualidade das relações do orgão com seus públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,1	O licitante definiu de forma genérica e inconsistente o papel do TCE-GO no contexto social, político e econômico.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	0,5	O problema especifico de comunicação do TCE-GO não está definido de forma clara.
TOTAL	1,5	

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	1,5	O tema e o conceito propostos se adequam parcialmente à natureza e à qualificação do TCE-GO e ao seu problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	1,0	Os desdobramentos positivos do conceito proposta para a comunicação do órgão com os públicos são fracos e insuficientes.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	2,2	A estratégia de comunicação proposta para a solução do problema de comunicação está definida de forma genérica e parcialmente adequada.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	1,0	A estratégia, os objetivos e a verba disponível foram apresentados de forma pouco lógica e sem pertinência.
TOTAL	5,7	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	1,0	A ideia criativa se adequa parcialmente ao problema de comunicação.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	0,5	A ideia criativa não comporta grande multiplicidade de interpretações favoráveis.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	1,2	As interpretações favoráveis comportam poucos segmentos de público e se mostram insuficientes.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	0,7	A ideia criativa se apresenta de forma simples e eficaz, sem originalidade entre os elementos
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	1,0	A forma sob a qual se apresenta a ideia criativa é simples, porém inadequada.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	1,0	A ideia criativa corresponde parcialmente às atividades do TCE-GO e sua inserção na sociedade.
TOTAL	5,4	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,1	Os hábitos de consumo de comunicação dos públicos não estão definidos.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,0	A estratégia de mídia e não mídia apresenta capacidade analítica inconsistente.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,1	O plano simulado de distribuição é fraco e incompatível com as demandas do órgão.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	0,0	O licitante não propôs uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,0	O plano de distribuição de peças é inadequado ao público e não estabelece coerência com o conceito criativo.
TOTAL	0,2	———

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	12,8

Vitor Ferreira Machado Barreto

Assinatura do avaliador

Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A LENTE QUE FISCALIZA, SEU OLHAR QUE PARTICIPA

Avaliador 1: GUSTAVO HENRIQUE BERNADES GOMES

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	1,0	O LICITANTE DEMONSTRA CONHECIMENTO SATISFATÓRIO.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	O LICITANTE DEMONSTRA CONHECIMENTO SATISFATÓRIO.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	1,2	O LICITANTE DEMONSTRA CONHECIMENTO SATISFATÓRIO.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	O LICITANTE DEMONSTRA CONHECIMENTO SATISFATÓRIO.
TOTAL	4,4	———

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	A PROPOSTA ESTÁ ADEQUADA.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,2	POSSUI RIQUEZA DE DESDOBRAMENTOS FALTANDO APENAS A DIFERENÇA ENTRE O PRÓPRIO PÚBLICO.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,6	A PROPOSTA ESTÁ ADEQUADA.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	3,0	A PROPOSTA POSSUI CONSISTÊNCIA E PERTINÊNCIA.
TOTAL	12,8	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	2,0	A PROPOSTA ESTÁ ADEQUADA.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0	A PROPOSTA APRESENTA INTERPRETAÇÕES FAVORÁVEIS.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,3	COBERTURA PARCIALMENTE SATISFATÓRIA, PODENDO INCLUIR MAIS CIDADES DO INTERIOR.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,5	CAMPANHA CRIATIVA, MAS OS ELEMENTOS JÁ SÃO USADOS NORMALMENTE.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,6	A CAMPANHA APRESENTA SIMPLICIDADE.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0	A CAMPANHA ESTÁ PERTINENTE.
TOTAL	12,4	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	1,0	CONHECIMENTO SATISFATÓRIO.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,8	ANÁLISE SATISFATÓRIA.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8	CONSISTÊNCIA SATISFATÓRIA
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0	UTILIZA TODOS OS RECURSOS.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8	ECONOMICIDADE SATISFATÓRIA
TOTAL	4,4	———

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	34

Gustavo Henrique Bernardes Gomes

Assinatura do avaliador

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A lente que fiscaliza. Seu olhar que participa.

Avaliador 2: GABRIELLA NUNES DE GOUVÊA

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,8	A licitante apresenta compreensão parcialmente adequada das características do TCE-GO significativas para a comunicação publicitária
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	A licitante apresenta compreensão suficiente da natureza, extensão e qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	1,2	A licitante demonstra compreensão suficiente do papel do TCE-GO no atual contexto.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	A licitante demonstra conhecimento adequado do ~~papel do~~ problema de comunicação do TCE-GO
TOTAL	4,2	———

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	Partido temático e conceito propostos pela licitante estão adequados à natureza e qualificação do TCE-GO e ao problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,5	Conceito proposto atende adequadamente e com riqueza de desdobramentos
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,6	Estratégia proposta pela licitante está adequada para solucionar problema de comunicação do TCE-GO
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	3,0	Consistência e pertinência da argumentação são suficientes e robustas.
TOTAL	13,1	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema especifico de comunicação do TCE-GO;	2,0	Ideia criativa está adequada ao problema de comunicação do TCE-GO.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0	Ideia criativa atende adequadamente, comportando múltiplas interpretações favoráveis.

CS Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,5	Cobertura ensejada de las interpretações é suficiente.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2,0	Combinação dos elementos da ideia criativa ~~são~~ é original e atendem ao critério adequadamente.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,6	Ideia criativa apresentada pela licitante é simples e adequada.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0	Ideia criativa é pertinente quanto as atividades do TCE-GO e sua inserção na sociedade.
TOTAL	13,1	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	1,0	Licitante demonstra adequado conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,8	Licitante demonstra suficiente capacidade analítica no exame desses hábitos.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8	Licitante apresenta plano de distribuição bem consistente.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0	Licitante demonstra, adequadamente, pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos em questão.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8	Licitante apresenta, adequadamente, a economicidade da aplicação da verba.
TOTAL	4,4	———

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	34,8

Gabriella Nunes de Gouvêa

Assinatura do avaliador

Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: A lente que fiscaliza. Seu olhar que participa.

Avaliador 3: UIARA FERREIRA MACHADO BARRETO

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,8	O raciocínio básico apresenta as características do TCE-GO e as suas atividades de forma parcial.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	O licitante compreendeu de forma suficiente e adequada a extensão e a qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	1,2	O licitante definiu de forma consistente o papel do TCE-GO no contexto social, político e econômico.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	O problema específico de comunicação está definido de forma clara e consistente.
TOTAL	4,2	

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	O tema e o conceito propostos se adequam à natureza e à qualificação do TCE-GO, bem como ao seu problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,5	Os desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do órgão com os públicos são suficientes e adequados.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,6	A estratégia de comunicação proposta para a solução do problema de comunicação é coerente e pertinente.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	3,0	A estratégia, os objetivos e a verba disponível foram apresentados de forma lógica e consistente.
TOTAL	13,1	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	2,0	A ideia criativa está adequada e condizente com o problema de comunicação.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0	A ideia criativa proposta comporta uma grande multiplicidade de interpretações favoráveis.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,5	As interpretações favoráveis comportam todos os segmentos de público do órgão.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,9	A ideia criativa demonstra originalidade e combinação dos elementos que a constituem.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,2	A ideia criativa é apresentada de forma simples e adequada ao problema de comunicação.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	2,0	A ideia criativa corresponde com pertinência às atividades do TCE-GO e sua inserção na sociedade.
TOTAL	12,6	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	1,0	Os hábitos de consumo de comunicação dos públicos estão definidos de forma clara
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,8	A estratégia de mídia e de não mídia apresenta capacidade analitica consistente.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,8	O plano simulado de distribuição é pertinente e compatível com as demandas do órgão.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	1,0	Os usos dos recursos próprios de comunicação são oportunos e pertinentes.

CS Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,8	O plano de distribuição de peças é adequado e coerente com o público, bem como com o conceito criativo.
TOTAL	4,4	

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	34,3

Uiara Ferreira Machado Barreto

Assinatura do avaliador

Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: O ZELO QUE TRANSFORMA

Avaliador 1: GUSTAVO HENRIQUE BERNADES GOMES

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,7	DEMONSTRA SABER SOBRE A ATUAÇÃO DO TCE DE FORMA PARCIAL.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	0,7	APRESENTA DE FORMA POUCO ESPECÍFICA OU SUPERFICIAL A RELAÇÃO COM SEUS PÚBLICOS.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,5	CONTEXTUALIZA DE FORMA AMPLA O CONTEXTO SOCIAL, POLÍTICO E ECONÔMICO.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,0	TRAZ VÁRIAS QUESTÕES COM IDEIAS APROXIMADAS AO IDEAL
TOTAL	2,9	———

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	2,5	ESTÁ ADEQUADA AO PROBLEMA MAS É SUPERFICIAL NAS CAUSAS / SOLUÇÕES.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	2,8	NÃO TRAZ RIQUEZA DE DETALHES DO PÚBLICO, MAS COMPREENDE A NECESSIDADE DE DIFERENCIAÇÃO DE PRAÇAS.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	2,6	SEM MUITOS DETALHES SOBRE A ATUAÇÃO DO TCE, MAS POSSUI DIFERENCIAÇÃO PARA OS TIPOS DE MÍDIA.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	2,0	ARGUMENTAÇÃO PERTINENTE À PROPOSTA, MAS NÃO JUSTIFICA AS AÇÕES.
TOTAL	9,0	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema específico de comunicação do TCE-GO;	1,5	SE ADEQUA DE FORMA PARCIAL
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0	POSSUI INTERPRETAÇÕES FAVORÁVEIS

CS Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	1,8	SEGMENTAÇÃO GENÉRICA MAS COM DIFERENCIAÇÃO DE PRAÇAS
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,0	CAMPANHA BONITA VISUALMENTE MAS PECA NA COESÃO E CLAREZA
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	1,5	SIMPLES, MAS CONFUNDE OS ÓRGÃOS PISCALIZADOS
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	1,3	EXEMPLOS PERTINENTES, MAS NÃO DEMONSTRA COMO A ATUAÇÃO FUNCIONA
TOTAL	9,1	—

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,6	CONHECIMENTO BÁSICO DOS HÁBITOS DE CONSUMO E DE OPORTUNIDADES
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,6	APRESENTA CAPACIDADE PARCIALMENTE SUFICIENTE
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,6	CONSISTÊNCIA PARCIAL AO DIFERENCIAR PRAÇA E PÚBLICO
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	0,3	UTILIZA PARCIALMENTE.

Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,6	Parcialmente satisfatória
TOTAL	2,7	—

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	23,7

Gustavo Henrique B. Gomes

Assinatura do avaliador

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: O zelo que transforma.

Avaliador 2: GABRIELLA NUNES DE GOUVÊA

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,7	A licitante apresenta compreensão parcialmente adequada das características do TCE-GO significativas para o plano de comunicação publicitária.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	A licitante apresenta compreensão suficiente da natureza, extensão e qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,8	A ~~licitante~~ licitante demonstra compreensão parcialmente suficiente do papel do TCE-GO no atual contexto.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	A licitante demonstra conhecimento adequado do problema de comunicação do TCE-GO.
TOTAL	3,7	5

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	2,6	Partido temático e conceito estão parcialmente adequados a natureza e qualificação do TCE-GO e do problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,0	Conceito atende parcialmente e com pouca riqueza de desdobramentos
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,0	Estratégia é parcialmente adequada para solucionar problema de comunicação do TCE-GO.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	2,0	Consistência e pertinência são parcialmente suficientes; pouco robustas
TOTAL	10,6	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema especifico de comunicação do TCE-GO;	1,5	Ideia criativa parcialmente adequada ao problema de comunicação do TCE-GO.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	2,0	Ideia criativa atende adequadamente, comportando múltiplas interpretações.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,0	Cobertura ensejada pelas interpretações é parcialmente suficiente.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2,0	Combinação dos elementos é original e atende ao critério adequadamente.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,0	Ideia criativa apresenta
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	1,8	Ideia criativa é parcialmente pertinente quanto as atividades e inserção do TCE-GO na sociedade.
TOTAL	11,3	—

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,5	Licitante demonstra parcial conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,5	Capacidade analítica parcialmente suficiente / incompleta.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,6	Plano de distribuição com consistência parcial / insuficiente.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	0,5	Licitante demonstra, parcialmente, pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos.

CS Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,5	Licitante apresenta com parcial adequação a economicidade de aplicação da verba.
TOTAL	2,6	———

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	28,2

Gabriella Nunes de Gouvêa

Assinatura do avaliador

CS Digitalizada com CamScanner

ESTADO DE GOIÁS

TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE GOIÁS – TCE-GO

CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 01/2026

PROCESSO ELETRÔNICO Nº 202500047003328

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

PLANILHA DE AVALIAÇÃO
INVÓLUCRO Nº 01 - VIA NÃO IDENTIFICADA
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Campanha: O zelo que transforma

Avaliador 3: UIARA FERREIRA MACHADO BARRETO

5.4.1.1 – SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO – ACUIDADE DE COMPREENSÃO (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) das características do TCE-GO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	0,8	O raciocínio básico apresenta as características do TCE-GO de forma parcial, bem como as suas atividades.
b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos;	1,0	O licitante compreendeu de forma suficiente e adequada a extensão e a qualidade das relações do TCE-GO com seus públicos.
c) do papel do TCE-GO no atual contexto social, político e econômico;	0,6	O licitante definiu parcialmente o papel do TCE-GO no contexto social, político e econômico.
d) do problema específico de comunicação do TCE-GO.	1,2	O problema específico de comunicação está definido de forma clara e consistente.
TOTAL	3,6	

Digitalizada com CamScanner

5.4.1.2 – SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do TCE-GO e a seu problema específico de comunicação;	3,0	O tema e o conceito propostos se adequam à natureza e à qualificação do TCE-GO, bem como ao seu problema de comunicação.
b) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do TCE-GO com seus públicos;	3,3	Os desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do órgão com seus públicos são adequados.
c) a adequação da estratégia de comunicação publicitária proposta para solução do problema específico de comunicação do TCE-GO;	3,0	A estratégia de comunicação proposta para a solução do problema de comunicação está coerente com o público e as demandas do órgão.
d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta, objetivos do TCE-GO e a verba disponível.	2,7	A estratégia, os objetivos e a verba disponível foram apresentados de forma lógica e com pertinência.
TOTAL	12	———

5.4.1.3 – SUBQUESITO 3 – IDEIA CRIATIVA (ATÉ 13,1 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) sua adequação ao problema especifico de comunicação do TCE-GO;	1,8	A ideia criativa está em conformidade e adequada ao problema de comunicação.
b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	1,8	A ideia criativa comporta uma multiplicidade de interpretações favoráveis.

Digitalizada com CamScanner

c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	2,0	As interpretações favoráveis comportam boa parte dos segmentos de público.
d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	1,5	Os elementos que constituem a ideia criativa apresentam originalidade mediana.
e) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,0	A ideia criativa se apresenta de forma simples e pouco eficiente.
f) sua pertinência às atividades do TCE-GO e à sua inserção na sociedade.	1,5	A ideia criativa corresponde parcialmente às atividades do TCE-GO e sua inserção na sociedade.
TOTAL	10,6	———

5.4.1.4 – SUBQUESITO 4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (ATÉ 4,4 PONTOS)	NOTA	JUSTIFICATIVA
a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de publico prioritários;	0,8	Os hábitos de consumo de comunicação dos públicos estão parcialmente definidos.
b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	0,8	A estratégia de mídia e não-mídia apresenta capacidade analítica consistente.
c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	0,5	O plano simulado de distribuição é pertinente e compatível com as demandas do órgão.
d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação do TCE-GO;	0,5	O uso dos recursos próprios de comunicação se apresenta de forma pertinente, mas insuficiente.

CS Digitalizada com CamScanner

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	0,7	O plano de distribuição de peças é adequado e mantém coerência com o conceito criativo.
TOTAL	3,3	

NOTA TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – INVÓLUCRO 01 (subquesitos 1+2+3+4)	29,5

Uiara Ferreira Machado Barreto

Assinatura do avaliador

CS Digitalizada com CamScanner