Fls. nº 572
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA AVALIAR AS PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2023-CPL/ALEMA.

Aos dezoito de julho de 2023, às 09:00 horas, na Sala de Reuniões do Complexo de Comunicação desta Casa, nesta cidade, a Subcomissão Técnica, designada nos termos dos §§ 1º a 4º do artigo 10, da Lei 12.232/2010, em conformidade com a Ata da Sessão Pública realizada no dia 03 de julho de 2023, constituída por **Ana Lourdes Castro Silva Ferreira, Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior e Marcelli Faria Bastos**, para procederem com a análise e julgamento técnico das **PROPOSTAS TÉCNICAS da CONCORRÊNCIA Nº 001/2023-CPL/ALEMA**, **Processo Administrativo nº 1949/2023**, de interesse da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão, cujo objeto trata da contratação dos serviços de publicidade e propaganda a serem prestados por intermédio de Agências de Publicidade, de acordo com as regras dispostas no Edital da referida licitação. Deu-se assim, início aos trabalhos, com a leitura do Edital da Concorrência, cientes das regras estabelecidas nos itens 5 a 7 do Termo de Referência, que trataram sobre a elaboração e julgamento das propostas técnicas, a Subcomissão Técnica prosseguiu com a abertura dos **Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada**, apresentados pelas doze empresas licitantes, a qual receberam denominações numéricas de 01 a 12. Prosseguindo, a Subcomissão passou à análise individualizada dos Planos de Comunicações - Via Não Identificada e o julgamento, de cada empresa licitante, seguindo a ordem numérica, cujas justificativas escritas das razões que fundamentam as avaliações seguem nos **Anexos I a XII** desta Ata, em conformidade com o art. 11, IV, da Lei 12.232/2010. E, após julgamento detalhado de cada licitante, observados os critérios estabelecidos em Lei e no Edital, pontuou as licitantes conforme tabela abaixo:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

LICITANTE	PONTUAÇÃO	CAMPANHA
Licitante nº 01	**52,56 pontos**	**"O direito de cada um faz o Maranhão de todos"**
Licitante nº 02	**55,65 pontos**	**"Se é importante para você, para nós é Lei! "**
Licitante nº 03	**53,73 pontos**	**"#Eufaçoparte"**
Licitante nº 04	**61,03 pontos**	**"Onde tem Maranhão, tem Assembleia com você"**
Licitante nº 05	**51,50 pontos**	**"A Alema #merepresenta"**
Licitante nº 06	**62,33 pontos**	**"A Assembleia me representa"**
Licitante nº 07	**53,83 pontos**	**"Por todo maranhense"**
Licitante nº 08	**50,06 pontos**	**"O Maranhão que eu quero"**
Licitante nº 09	**50,91 pontos**	**"Nossa voz. Nossos direitos"**
Licitante nº 10	**53,75 pontos**	**"#merepresenta"**
Licitante nº 11	**50,75 pontos**	**"Empoderando o cidadão, transformando o Maranhão"**
Licitante nº 12	**55,65 pontos**	**"Sua voz no Maranhão"**

Após apuração individualizada de todos os licitantes, seguindo critérios especificados no subitem 17.2.6, "c" do Edital, encaminha-se os documentos à Comissão Permanente de Licitação-CPL, juntamente com as Propostas. Nada mais havendo a tratar, a Subcomissão Técnica declarou encerrada a Reunião, da qual, eu Ana Lourdes Castro Silva Ferreira, lavrei a presente Ata que, datada e lida, foi assinada por todos os membros desta Subcomissão.

São Luís, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

Fls. nº 574
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ATA DA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA PARA AVALIAR AS PROPOSTAS TÉCNICAS DA CONCORRÊNCIA Nº 001/2023-CPL/ALEMA.

Aos dezoito de julho de 2023, às 09:00 horas, na Sala de Reuniões do Complexo de Comunicação desta Casa, nesta cidade, a Subcomissão Técnica, designada nos termos dos §§ 1º a 4º do artigo 10, da Lei 12.232/2010, em conformidade com a Ata da Sessão Pública realizada no dia 03 de julho de 2023, constituída por **Ana Lourdes Castro Silva Ferreira, Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior e Marcelli Faria Bastos**, para procederem com a análise e julgamento técnico das **PROPOSTAS TÉCNICAS da CONCORRÊNCIA Nº 001/2023-CPL/ALEMA**, **Processo Administrativo nº 1949/2023**, de interesse da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão, cujo objeto trata da contratação dos serviços de publicidade e propaganda a serem prestados por intermédio de Agências de Publicidade, de acordo com as regras dispostas no Edital da referida licitação. Deu-se assim, início aos trabalhos, com a leitura do Edital da Concorrência, cientes das regras estabelecidas nos itens 5 a 7 do Termo de Referência, que trataram sobre a elaboração e julgamento das propostas técnicas, a Subcomissão Técnica prosseguiu com a abertura dos **Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada**, apresentados pelas doze empresas licitantes, a qual receberam denominações numéricas de 01 a 12. Prosseguindo, a Subcomissão passou à análise individualizada dos Planos de Comunicações - Via Não Identificada e o julgamento, de cada empresa licitante, seguindo a ordem numérica, cujas justificativas escritas das razões que fundamentam as avaliações seguem nos **Anexos I a XII** desta Ata, em conformidade com o art. 11, IV, da Lei 12.232/2010. E, após julgamento detalhado de cada licitante, observados os critérios estabelecidos em Lei e no Edital, pontuou as licitantes conforme tabela abaixo:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

LICITANTE	PONTUAÇÃO	CAMPANHA
Licitante nº 01	**52,56 pontos**	**"O direito de cada um faz o Maranhão de todos"**
Licitante nº 02	**55,65 pontos**	**"Se é importante para você, para nós é Lei! "**
Licitante nº 03	**53,73 pontos**	**"#Eufaçoparte"**
Licitante nº 04	**61,03 pontos**	**"Onde tem Maranhão, tem Assembleia com você"**
Licitante nº 05	**51,50 pontos**	**"A Alema #merepresenta"**
Licitante nº 06	**62,33 pontos**	**"A Assembleia me representa"**
Licitante nº 07	**53,83 pontos**	**"Por todo maranhense"**
Licitante nº 08	**50,06 pontos**	**"O Maranhão que eu quero"**
Licitante nº 09	**50,91 pontos**	**"Nossa voz. Nossos direitos"**
Licitante nº 10	**53,75 pontos**	**"#merepresenta"**
Licitante nº 11	**50,75 pontos**	**"Empoderando o cidadão, transformando o Maranhão"**
Licitante nº 12	**55,65 pontos**	**"Sua voz no Maranhão"**

Após apuração individualizada de todos os licitantes, seguindo critérios especificados no subitem 17.2.6, "c" do Edital, encaminha-se os documentos à Comissão Permanente de Licitação-CPL, juntamente com as Propostas. Nada mais havendo a tratar, a Subcomissão Técnica declarou encerrada a Reunião, da qual, eu Ana Lourdes Castro Silva Ferreira, lavrei a presente Ata que, datada e lida, foi assinada por todos os membros desta Subcomissão.

São Luís, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO I – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 01 – Campanha: "O direito de cada um faz o Maranhão de todos".

A licitante com slogan "O direito de cada um faz o Maranhão de todos" apresenta um conjunto de argumentos norteados para sensibilizar a população, imprimindo a noção de que "o Parlamento é um dos pilares da democracia e assim, resgatar sua confiança e respeito". Tal estratégia, ao mesmo tempo que fala a cada cidadão individualmente, concebe um fator causal (o direito de cada um) e sua imediata consequência (faz o maranhão de todos), atendendo ao interesse apontado no briefing prévio do órgão licitante em uma concepção unificadora. Entretanto, a referida campanha remete a outra ou outras, anteriores, já abrangentemente publicizadas e, portanto, carece de originalidade e novos termos em sua criação. Além disso, foram detectadas informações desatualizadas, tais como o canal 51.2 informado como canal aberto da TVN, em uma das peças apresentadas (o canal já não existe).

Fls. nº 577
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	8,5	6,5	8,3	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	20,5	19,0	20,2	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	17,0	18,0	16,0	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	7,0	8,5	8,2	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	53,0	52,0	52,7	52,56

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO II – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 02 – Campanha: "Se é importante para você, para nós é Lei!"

A licitante com o slogan "Se é importante pra você, para nós é lei" faz a correta contextualização sobre o Poder Legislativo Estadual, bem como sua compreensão do papel na sociedade. A ideia Criativa, na abordagem do trabalho parlamentar, necessitaria de uma abrangência maior para gerar a identificação/representação do público com a "Casa do Povo". A estratégia de divulgação de peças como *backbus*, por exemplo, carece de regionalização para mais municípios do Estado. A predisposição das artes sinaliza a falta de identificação de todas as redes sociais do Parlamento, por exemplo, a falta de identificação do canal no YouTube, rede social com maior abrangência da instituição e os canais de transmissão da TV Assembleia.

A sonoridade dos termos "pra você" e "para nós" em períodos curtos e próximos de orações complementares, soa desagradável e de difícil pronúncia cacofônica.

Fls. nº 579
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	8,5	9,0	8,75	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	21,5	22,0	21,0	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	17,5	18,0	18,5	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	8,0	7,0	7,2	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	55,5	56,0	55,45	55,65

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO IV – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 04 – Campanha: "Onde tem Maranhão, tem Assembleia com você"

A licitante com *slogan* "Onde Tem Maranhão Tem Assembleia com Você" concebe a construção democrática da legislatura 2023-2026 como o reflexo do "amadurecimento da consciência política do cidadão", fazendo desse raciocínio, sua lógica de tratamento e de interação com o público-alvo, ao tratá-lo com respeito pelas escolhas de representação que tenha feito. Essa conceituação é aplicada na criação e estratégia de comunicação da campanha, sintetizando as necessidades da Alema, com texto e arte, soluções e técnicas de abordagem publicitárias. As soluções propostas atendem também ao público interno com objetividade e racionalidade. Dessa forma a campanha identifica alternativas de abordagem coerentes ao que solicita o briefing, adequando essas necessidades às estratégias de mídia e não mídia.

Fls. nº 501
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social
Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	9,75	9,25	9,0	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	24,0	23,85	23,70	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	19,0	18,5	18,75	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	9,0	9, 5	8,80	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	61,75	61,10	60,25	61,03

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO III – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 03 – Campanha: "#Eufaçoparte"

A licitante com o *slogan* #Eufaçoparte" necessita de correções textuais no item que discorre sobre o Raciocínio Básico. A proposta traz pouca ligação do *slogan* que remeta direta e significativamente ser uma campanha de propriedade da Assembleia Legislativa. A ideia da "#" como mote da temática é válida, mas pouco restrita a ser identificada como da Assembleia, pois #EuFaçoParte fica com um sentido amplo e possível associação com outras campanhas. O subtítulo da campanha "Construindo um Maranhão de Todos" relembra o slogan já utilizado em campanhas políticas e institucionais de outro Poder Público. A divulgação e utilização da mídia aeroportuária figura como boa estratégia de comunicação. No que tange o VT para TV, carece de imagens de pontos diversificados das regiões maranhenses.

Fls. nº 583
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	7,5	7,0	6,75	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	22,10	21,60	21,55	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	18,0	18,10	17,75	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	7,0	7,1	6,75	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	54.6	53,8	52,8	53,73

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

Fls. nº 584
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO V – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 05 – Campanha: "A Alema #merepresenta"

A licitante com slogan "A Alema #merepresenta", apesar de levar em conta os fatores descritos e solicitados no edital, no quesito Raciocínio Básico apresenta erros de grafia. A linguagem utilizada na estratégia de comunicação publicitária é de fácil compreensão. A Ideia Criativa da concepção das artes apresenta poluição visual e dificuldade de leitura pela quantidade e tamanho dos textos. O selo `Acompanhe - cobre - fiscalize` verificado nas peças, destoa visualmente da concepção geral das artes. A identidade visual do "Filme" difere da identidade visual das outras peças da campanha.

Fls. nº 585
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	7,25	7,5	6,75	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	19,75	19,0	18,75	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	17,5	17,75	16,5	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	8,5	8,5	6,75	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	53	52,75	48,75	51,50

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO VI – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 06 – Campanha: "A Assembleia me representa"

A licitante com slogan `A Assembleia me Representa`, no item Raciocínio Básico, apresenta concatenação das ideias com o objetivo de mostrar a representação popular dentro do Poder Legislativo, bem como o trabalho parlamentar direcionado aos segmentos representativos sociais.

A estratégia de comunicação publicitária faz a interligação de conceitos do item anterior, pois foca na representação social, com base em dados e enumeração das leis, que é o trabalho parlamentar. A estratégia se torna válida, pois interage com a vivência dos determinados segmentos a serem apresentados nas peças. As estratégias publicitárias citam as diferentes regiões a serem impactadas pela campanha, em conformidade com metas a serem alcançadas.

A ideia criativa com rostos em mosaico, formando um único rosto maranhense, atende a diversidade regional do Estado, embora a disposição da marca da Assembleia Legislativa necessite de melhor localização visual. *Outdoors*, *banners, folders e posts* de redes sociais seguem a linha da identidade visual mostrando a diversidade dos personagens e fazem a ligação com o destaque do trabalho parlamentar, criação das leis. No geral, o conjunto intelectual coaduna com a criação de arte do conceito da campanha.

Fls. nº 587
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	9,75	9,5	9,25	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	24,40	24,5	24,20	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	19,5	19,25	19,25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	9,25	9,25	8,90	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	62,90	62,5	61,60	62,33

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO VII – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 07 – Campanha: "Por todo maranhense"

A licitante com slogan `Por todo maranhense` faz a adequação às necessidades propostas no *briefing*, de maneira assertiva, conectando os públicos e personagens da campanha. Há necessidade de atenção para futuros desenvolvimentos dos personagens, bem como representatividade de uma coletividade cultural maranhense. A construção textual pode causar estranheza no público leitor com as expressões "Por ele" remetendo a ideia de que o Poder Legislativo deverá trabalhar, efetivamente, em seus lugares. O banco de imagens se torna generalista sem diversidade de imagens diferenciais. As expressões que incluem..." por todos maranhenses" remetem a peças e lembranças de outras campanhas publicitárias do governo estadual local. A licitante sobrepõe o impulsionamento das redes sociais em detrimento das mídias tradicionais, necessitando o equilíbrio entre as estratégias.

Fls. nº 589
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	8,10	7,0	8,5	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	22,10	22,5	16,60	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	17,0	17,75	17,5	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	7,70	8,25	8,5	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	54,9	55,50	51,10	53,83

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO VIII – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 08 – Campanha: "O Maranhão que eu quero"

A licitante com o slogan "O Maranhão que eu quero" apresenta erros de digitação no item Raciocínio Básico. Da mesma forma, não articula informação e conhecimento, pois não contextualiza a publicidade em si, e não faz a conclusão do seu raciocínio. A estratégia de comunicação publicitária com base em seu banco de imagens carece de representação e diversidade, pois exacerba em individualização e a prolixidade é marcante em seus textos. Em relação a ideia criativa, a explanação foi pontual, mas carece de uma visão geral do mote da campanha.

Fls. nº 591
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	7,5	7,0	7,25	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	17,75	17,95	18,5	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	18,5	17,5	17,10	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	8,25	7,5	7,0	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	52,0	49,95	49,85	50,06

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO IX – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 09 – Campanha: "Nossa voz. Nossos direitos"

A licitante com o slogan "Nossa voz nossos direitos", no item que abrange o Raciocínio Básico, a construção textual ficou incompatível quando contextualizou a temática com base no poder executivo, que não é o objeto do Briefing. Cabe ressaltar que a Alema já existe como instituição, ao contrário do que afirma o licitante. Portanto, tal afirmação é inadequada quando discorre sobre sua situação de inexistência, que é incompatível com a realidade. A Ideia Criativa trabalhada ao citar "É hora de fazer..." enaltece a percepção de que até o momento não existe representatividade na Assembleia Legislativa. Por outro lado, a estratégia de mídia e não mídia faz a análise correta do público, compatível com a mídia variada. As peças carecem de banco de imagens variadas e a representação do "homem do campo" não condiz com as características dos maranhenses.

Fls. nº 593
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	6,25	6,0	6,0	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	18,5	18,75	19,25	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	18,0	18,5	18,10	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	8,0	7,90	7,5	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	50,75	51,15	50,85	50,91

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO X – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 10 – Campanha: "#Merepresenta"

A licitante com *slogan* #MeRepresenta apresenta texto de Raciocínio Básico prolixo, com abordagem da história da formação da constituição federal sem conformidade com o objetivo da campanha. A referida campanha enfatiza a representação, mas não deixa claro como o Poder Legislativo faz essa representação e nem o como e o por quê dos personagens se sentem representados. A proposta não apresenta o trabalho dos parlamentares com foco direcionado a cada segmento de diversidade regional apresentada pelos personagens de forma a embasar, pontualmente, essa representação. A ideia criativa foca no problema dessa necessidade embora não informe em nenhum momento o papel do parlamentar no processo, que é de fato e de direito, o representante do cidadão na Assembleia, para "dar voz ao cidadão".

Fls. nº 595
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social
Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	7,25	6,5	7,0	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	22,5	22,0	21,75	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	18,75	18,5	18,0	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	7,0	6,0	6,0	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	55,5	53,0	52,75	53,75

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO XI – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 11 – Campanha: "Empoderando o cidadão, transformando o Maranhão"

A licitante com slogan "Empoderando O Cidadão, Transformando o Maranhão", apresenta argumentos voltados para a valorização do parlamento e a melhoria desse relacionamento com a sociedade e ajusta seu Raciocínio de que "não basta ser, tem que parecer", para desenvolver sua Ideia Criativa, e embora esse interesse de atendimento pareça persuasivo, há dificuldade em esclarecer essas ideias. A estratégia é que esse título de campanha permita uma variedade de interpretações positivas, entretanto, a presença do legislador nas peças é diminuída, embora seja ele, o parlamentar, quem de fato tem a prerrogativa de legislar em nome do cidadão. Falta, portanto, clareza no argumento, nas ideias e na estratégia. A #merepresenta, por outro lado, por ser demasiadamente utilizada, apesar de agregadora, também pode ser diluída no mundo virtual.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

Subcomissão Técnica – Concorrência Pública nº 001/2023

ANEXO XII – ATA DE REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Justificativa escrita das razões que fundamentam a avaliação das propostas técnicas e planilha de pontuação individualizada – Invólucros nº 01 – Proposta Técnica – Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada.

Licitante nº 12 – Campanha: "Sua voz no Maranhão"

A licitante com *slogan* "Assembleia Legislativa. A Sua Voz no Maranhão" apresenta em seu Raciocínio Básico várias formas de olhar o desafio de comunicação e contextualizar o passado e o presente da instituição, desenvolvendo um argumento em que se possa "amalgamar a ideia da Alema como o *locus* de representação do cidadão maranhense. A arena em que ele consegue colocar seus desejos e frustrações". Essa explanação prolixa e solene, deveras formal inclusive, apresenta-se como uma estratégia um tanto inadequada para as necessidades propostas no briefing. Por outro lado, a construção da sequência de frases, propostas na estratégia de comunicação, se apresenta compatível com uma ideia intelectual e artística para obtenção de resultados positivos de uma campanha publicitária. Por sua vez, embora esta subcomissão tenha considerado o primeiro parágrafo da folha 10 como sendo o início da apresentação de Ideia Criativa, essa descrição não ficou explícita no Plano de Comunicação Publicitário, o que dificultou o entendimento dessa ideia como concepção unificadora da estratégia. O conceito de voz, como elo entre sociedade e parlamento, por outro lado, não coaduna com a ausência, nas peças, de informações com os canais de comunicação da Alema, tais quais, endereços do site, por exemplo, bem como a caracterização das redes sociais institucionais oficiais da Alema.

Fls. nº 599
Proc. nº
Rubrica:

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO
Instalada em 16 de fevereiro de 1835
Diretoria de Comunicação Social

PLANILHA DE PONTUAÇÃO INDIVIDUALIZADA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	SUBCOMISSÃO TÉCNICA - MEMBROS			
QUESITOS	**Ana Lourdes Castro**	**Josimar Melo**	**Marcelli Bastos**	
Raciocínio Básico (máximo 10 pontos)	9,0	8,75	9,10	
Estratégia de Comunicação (máximo 25 pontos)	21,0	21,75	21,5	
Ideia Criativa (máximo 20 pontos)	18,75	18,5	18,4	
Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo 10 pontos)	7,0	6,75	6,45	**MÉDIA**
PONTUAÇÃO GERAL	55,75	55,75	55,45	55,65

São Luís/MA, 21 de julho de 2023.

Ana Lourdes Castro Silva Ferreira

Josimar Melo Ribeiro da Silva Junior

Marcelli Faria Bastos