

Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. Instituto Federal Catarinense.

ATA DE JULGAMENTO DE PROPOSTAS DA CONCORRÊNCIA 001/2016. Aos onze dias do mês de julho de dois mil e dezesseis, a partir das dez horas da manhã, reuniram-se na Reitoria do Instituto Federal Catarinense Fabiane Diniz Silva, Raquel Rybandt e Sonia Trois, membros da Subcomissão Técnica da Concorrência 001/2016 – IFC Reitoria. Seguiu-se a leitura das propostas das licitantes, até que todos os membros da Subcomissão Técnica tivessem conhecimento do conteúdo das mesmas. Após a leitura de todas as propostas, cada membro definiu suas notas, de acordo com os atributos constantes no item 12.2.1, para cada quesito e subquesito, finalizando sua avaliação, conforme tabelas que seguem.

FEITO PARA TODOS

	RAQUEL	SONIA	FABIANE	MÉDIA
Raciocínio básico	9	10	9	9,3
Estratégia de comunicação	18	19	18	18,3
Ideia criativa	18	16	16	16,6
Estratégia de mídia e não mídia	18	17	15	16,6

Avaliação de Fabiane Diniz Silva: Raciocínio básico: foi direto ao ponto com a relação do público, segue o briefing com primor, nota 9. Estratégia de comunicação: tende a levar a ideia que todos podem estar no IFC em uma amplitude que chega até a consistência lógica e foram pertinentes na argumentação, a articulação de ingresso é didática, muito bem apresentada. Nota 18, pela riqueza da estratégia. Ideia Criativa: as peças seguem o padrão do que foi detalhado como estratégia, abrangem de forma sucinta o universo IFC. Entre os pontos negativos, algumas letras ficaram pesadas demais. Nota 16. Estratégia de mídia e não mídia: plano de grande abrangência, conseguiram incorporar rádio, TV, jornal impresso, web em uma meta anual de divulgação. Nota 15.

Avaliação de Raquel Rybandt, dentro dos quesitos apresentados, concluiu que: Como raciocínio básico a licitante compreendeu de maneira apropriada o as funções da instituição com a sociedade, seu papel social e os desdobramentos desta, bem como suas atividades. Utilizou de maneira correta o proposto pelo briefing e os desafios a serem enfrentados. A proposta foi consistente quanto à estratégia de comunicação, articulando de maneira adequada



sua campanha com a realidade enfrentada pelo IFC, atingindo os diversos públicos propostos. No quesito ideia criativa, notou-se a pertinência do tema, bem como sua adequação à estratégia de comunicação, de fácil assimilação para todos, estando de acordo com nosso público. É simples, não tão original, mas pertinente em seus desdobramentos criativos e aplicações, sendo exequível e utilizando uma linguagem compatível. A apresentação da estratégia de mídia e não mídia esteve de acordo com o esperado, demonstrando capacidade analítica e compreensão do público ao qual pretende atingir.

Avaliação de Sonia Trois: No quesito "Raciocínio básico", a nota atribuída à proposta "IFC feito para todos" é de 10, visto que o plano de comunicação conseguiu contextualizar e demonstrar com clareza a compreensão do papel do IFC, suas características e relação com seu público. Já no quesito "Estratégia de Comunicação Publicitária", a nota atribuída por Sonia foi 19, pois considerou que a estratégia estava adequada e possuía consistência lógica. Para o quesito "Ideia Criativa", a nota atribuída foi 16, pois considerou que a proposta é adequada à estratégia de comunicação e aos segmentos do público-alvo, mas a inserção das imagens sobre as fotos das pessoas fez as peças perderem um pouco de clareza nos desdobramentos. No quesito "Estratégia de mídia e não mídia", a nota dada foi 17, já que o plano de comunicação conseguiu contemplar os públicos-alvo de maneira bastante satisfatória.

ACERTE EM CHEIO SEUS OBJETIVOS

	RAQUEL	SONIA	FABIANE	MÉDIA
Raciocínio básico	9	9	8	8,6
Estratégia de comunicação	18	17	16	17
Ideia criativa	15	14	13	14
Estratégia de mídia e não mídia	16	17	15	16

Avaliação de Fabiane Diniz Silva: Raciocínio Básico da proposta "Acerte em cheio seus objetivos", compreendeu as funções, a natureza e a extensão do IFC, deixa transparecer no conceito criado, nota 8. Estratégia de comunicação: A proposta "Acerte em cheio seus objetivos", consegue firmar a ideia de que as metas podem ser vencidas, se torna confuso por ser comum. Nota 16. Ideia criativa: em todo o caminho a proposta se apresenta bem, mas a multiplicidade de arco e flecha é comum, as peças estão poluídas, comum à qualquer instituição de ensino. Nota 13. Estratégia de mídia e não mídia: ótimo plano de veiculação,



Handwritten signatures and initials, including the name "Regina" written vertically.

com ênfase em internet, citando Youtube, Instagram e Facebook, as principais mídias online do momento. Mas nenhuma veiculação em jornal impresso. Nota 15.

Avaliação de Raquel Rybandt: O raciocínio básico da proposta segue uma estrutura adequada a realidade do IFC, demonstrando entendimento dos objetivos e necessidades a serem resolvidos. De acordo com o raciocínio básico, a estratégia de comunicação está em consonância com o proposto na campanha, sendo consistente e exequível. Porém, a ideia criativa deixa a desejar, principalmente no que concerne à “originalidade da combinação dos elementos”, extrapolando a simplicidade, e sendo simplória. As estratégias de mídia foram pertinentes, deixando a desejar na questão da consistência da distribuição, mesmo conhecendo os hábitos do público e utilizando de maneira satisfatória as mídias segmentadas, alternativas e de massa.

Avaliação de Sonia Trois: A nota no quesito "Raciocínio básico", da proposta "Acerte em cheio seus objetivos", atribuída por Sonia, foi 9, já que conseguiu contemplar bem o panorama geral e características do IFC dentro de Santa Catarina. Para o quesito "Estratégia de Comunicação Publicitária", a nota designada foi 17, visto que a proposta possui capacidade de articular os conhecimentos sobre o IFC e possui uma argumentação pertinente, mas o conceito do arco e flecha pode vir a ter uma conotação negativa perante o público. Dentro do quesito "Ideia criativa", a nota dada foi 14, já que, apesar de adequada ao público-alvo, a proposta pecou em representar a peculiaridade das atividades do IFC, o que tornou as peças bastante genéricas e não muito originais. No quesito "Estratégia de mídia e não mídia", a nota atribuída foi 17, visto que conseguiu demonstrar uma boa compreensão e estratégia de acordo com o público que se propõe a atender.

EU FAÇO MEU FUTURO

	RAQUEL	SONIA	FABIANE	MÉDIA
Raciocínio básico	7	6	7	6,6
Estratégia de comunicação	10	10	7	9
Ideia criativa	10	10	7	9
Estratégia de mídia e não mídia	08	08	5	7

Avaliação de Fabiane Diniz Silva: Raciocínio Básico: o raciocínio não condiz com as peças apresentadas, o IFC não é bem representado, nota 7. A tentativa de marcar o futuro se perdeu. Estratégia de comunicação: “Eu assino meu Futuro”, chega consciente mas se perde quando

avança para a apresentação, não condiz com as peças apresentadas. Estratégia precisa estar embasada, aqui não está. Nota 7. Ideia Criativa: não existe ligação com conceito, estratégia, as peças não conversam com a criação. Estratégia de Mídia e Não Mídia: “Eu assino meu Futuro”, pouco uso de web, jornal impresso apenas estadual, deixaram pouco ou quase nada para mídias em geral e planejaram 54 outdoors. Mal utilizada a verba máxima destinada para mídia. Nota 5.

Avaliação de Raquel Rybandt: O raciocínio básico não é significativo, dando maior destaque para os pontos negativos, não se mostrando resolutivo quanto às questões apresentadas. A estratégia de comunicação não é consistente, e nem possui uma argumentação lógica, sendo limitada e problemática, sem articulações com a realidade do mercado. A ideia criativa seria plausível e exequível, porém, a licitante mostrou-se confusa quanto a tema, conceito, assinatura, explicando de diferentes maneiras e utilizando em seus exemplos outra. A estratégia de mídia e não mídia não se adequa à realidade, sendo incruente com a economicidade ao direcionar quase de 40% da sua planilha de verba total para outdoor, não utilizando meios alternativos, a não o *Youtube*, e ignorar grandes meios de massa como o rádio e a televisão.

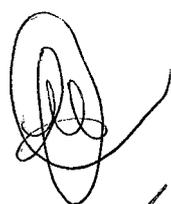
Avaliação de Sonia Trois: Na proposta "Eu faço meu futuro", a nota atribuída para o "Raciocínio básico" por Sonia foi 6, já que falha em apontar a contextualização social, política e econômica, e a natureza, extensão e qualidade das relações do IFC com seus públicos, focando-se somente em dois problemas apontados no briefing. Já no quesito "Estratégia de comunicação publicitária", a nota atribuída foi 10, pois faltou consistência lógica entre a argumentação e a situação exposta no briefing, trazendo características de diferenciação que não condizem com a realidade da instituição. No quesito "Ideia Criativa", a proposta recebeu a nota 12, já que as peças apresentam um conceito confuso, em que as chamadas "Eu vivo/conquisto/faço meu futuro" são ilustradas por pessoas tirando "selfies", com um celular ao lado, ou seja, não há relação entre o texto e a imagem. A proposta também falha em representar as modalidades de ensino oferecidas pelo IFC nas peças. Por fim, no quesito "Estratégias de mídia e não mídia", a nota atribuída foi 8, já que focou principalmente em outdoors, o que contradiz o exposto pela própria agência no raciocínio básico, onde indicam que: "o caminho que deve ser trilhado é precisamente a comunicação que seja mais próxima e tangível fisicamente do público. Assim, a comunicação permanece, literalmente, por mais tempos nas mãos do público e não dá tanta margem para equívocos". Além disso, a proposta não utiliza meios de comunicação de massa e justifica esse não uso em função da



verba, mas, ao mesmo tempo, utiliza apenas cerca de 2/3 do valor total disponibilizado pelo IFC em seu planejamento de mídia e não mídia.

Sem mais para o momento, eu, Raquel Rybandt, Coordenadora da Subcomissão Técnica, firmo a presente ata, que segue assinada por todos os membros desta Subcomissão.

Raquel Rybandt

A handwritten signature consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.A handwritten signature with a large, stylized initial 'R' followed by several loops and a long horizontal stroke.