ATA DE JULGAMENTO TÉCNICO

Concorrência Presencial nº 001/2026
Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe – ALESE

A partir das 09 horas do dia 11 de novembro de 2026, na sala da assessoria de comunicação da ALESE, situado na Av. Ivo do Prado, s/n, Centro, reuniu-se a Subcomissão Técnica, formada pelos Sra. Andreza Ferreira França Feitosa, José Domingues Fontes Júnior e Higor Gonzaga Santos Trindade, todos eleitos por sorteio, realizado em 05 de maio de 2025, às 09 horas, na sala da Comissão Permanente de Licitação - CPL, representada pelo seu secretário, juntamente com a CPL, conforme Letra "C" subitem 19.2.6 do Edital de Convocação, com a finalidade de julgamento das Propostas Técnicas referentes ao envelope Não Identificado do Plano de Comunicação, onde o envelope, no total de 5 (cinco) foram identificados, com os motes "ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE", "ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA", "TA NA ALESE TA NA SUA VIDA", "ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE", "AQUI VOCE E DE CASA" , onde foi analisada, minuciosamente, todas as propostas e pontuadas, sempre seguindo as regras do Edital Convocatório da presente Licitação.
Após a finalização do julgamento do envelope "Não Identificado" e elaboração da Planilha de Avaliação Técnica, que segue abaixo, aferida pelos membros da Subcomissão Técnica, ficou agendado uma nova reunião para julgamento dos envelopes "3" contendo "Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação" para o próximo dia 13 de novembro de 2026, às 9 horas.

Fica registrado o resultado do julgamento técnico do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, com pontuação máxima de 65 pontos. A avaliação compreende Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.
As avaliações individuais estão organizadas em nome de ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA; JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR; HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE, e seguem em anexo.
Foram avaliadas as propostas identificadas pelos motes do quadro abaixo. A pontuação consolidada corresponde à soma das médias aritméticas dos pontos dos três avaliadores em cada subquesito, sem arredondamento intermediário, conforme os itens 9.3.2 e 9.3.3 do edital.

Ordem na etapa	Mote da campanha	Média de pontos
1	ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE	62,90
2	ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA	58,64
3	TA NA ALESE TA NA SUA VIDA	53,48
4	AQUI VOCE E DE CASA	50,26
5	ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE	49,25

As avaliações individuais e as consolidações por proposta integram esta ata. A ordenação acima refere-se exclusivamente à etapa do Plano de Comunicação Publicitária.
Encaminha-se o resultado à Comissão de Licitação para prosseguimento do procedimento, conforme o edital.

Aracaju, 11 de novembro de 2026

ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliadores: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA; JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR; HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Quesito ou subquesito	Pontuação máxima	Nota de ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA	Nota de JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR	Nota de HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE	Média de pontos
Raciocínio Básico	15,00	15,00	15,00	15,00	**15,00**
Estratégia de Comunicação Publicitária	15,00	15,00	14,75	14,55	**14,77**
Ideia Criativa	20,00	19,50	18,90	19,25	**19,22**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00	14,50	13,63	13,63	**13,92**
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**64,00**	**62,28**	**62,43**	**62,90**



Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	Explica com precisão o papel da Assembleia na sociedade, na política e na economia. Mostra por que suas decisões interferem nas condições de vida e desenvolvimento.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**3,00**	Reconhece que nem todos se relacionam da mesma forma com a Assembleia. Explica a diferença entre ter contato, compreender a atuação e saber como participar.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	Mostra quais características e atividades da Assembleia podem aproximá-la do cidadão. A escolha vai além das votações e contempla informação, direitos e participação.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**3,00**	Entende o conjunto dos serviços contratados e seus limites. Relaciona planejamento, criação, execução e avaliação à finalidade pública da comunicação.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	Identifica que a população precisa reconhecer os efeitos da Assembleia em sua vida. Trata clareza, pertencimento e participação como partes do mesmo desafio.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**15,00**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O mote é claro e bem ajustado ao briefing. Liga o desenvolvimento de Sergipe à contribuição institucional da Assembleia e preserva o protagonismo coletivo.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**3,00**	A proposta explica de forma didática o conceito e o papel da Assembleia nesse crescimento. A defesa apresenta uma ligação completa entre o problema e a solução escolhida.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	O conceito se desdobra em temas diferentes sem perder a identidade. Os caminhos de cidadania, participação, transparência e protagonismo enriquecem a campanha.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,80**	A campanha tem um caminho claro e pode ser executada. O aprofundamento está bem previsto, embora a passagem da informação para a participação receba menos desenvolvimento.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,75**	Explica com clareza por que as histórias e os meios escolhidos aproximam a Assembleia. A argumentação é robusta, com espaço menor para demonstrar a conversão do interesse em participação.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**2,00**	Relaciona o que a Assembleia faz, quem precisa alcançar e como usar a verba. A escolha dos desdobramentos mantém unidade e dá coerência aos recursos disponíveis.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**14,55**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,90**	Os personagens ajudam a entender a presença da Assembleia na vida cotidiana. A resposta é muito consistente, com pequena limitação de aprofundamento no filme que reúne os quatro temas.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	As peças colocam em prática o conceito e os eixos apresentados. A mesma mensagem conduz os personagens, os textos e a identidade visual.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**2,00**	A campanha apresenta pessoas e situações que dialogam com a realidade sergipana. A diversidade de experiências favorece a identificação dos públicos.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**2,00**	O conceito permite associar a Assembleia a direitos, oportunidades e avanços coletivos. Os sentidos se complementam e mantêm a mensagem institucional positiva.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,60**	A campanha tem unidade e uma boa ligação entre os temas. A solução visual dos personagens reunidos com a sede ao fundo apresenta menor novidade que o conceito.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**2,00**	O conjunto é organizado e permite reconhecer rapidamente a mensagem principal. A direção de arte mantém uma leitura simples e coerente.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**2,00**	A mensagem relaciona desenvolvimento, direitos e representação com a atuação da Assembleia. O foco permanece coletivo e compatível com sua função pública.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,75**	Os filmes demonstram como aprofundar o conceito e as peças de rua o reforçam. As aplicações estáticas repetem mais a composição, limitando um pouco a diversidade dos desdobramentos.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	As histórias e as peças podem ser realizadas com os recursos e custos descritos. As adaptações necessárias estão contempladas na produção.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**2,00**	Textos, imagens e formatos são adequados ao público e aos meios escolhidos. As histórias tornam o assunto compreensível e a assinatura mantém unidade.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**19,25**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,50**	Considera como as pessoas consomem vídeo, rádio, internet e mídia nas ruas. As referências e os recortes apresentados dão uma base completa às escolhas.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,00**	Os hábitos ajudam a explicar a programação e as rotas escolhidas. A análise é consistente, embora a força de alguns meios em Sergipe seja inferida de bases mais amplas.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,25**	A simulação é organizada e permite acompanhar as entregas e os investimentos. As compras que reúnem vários filmes detalham menos a distribuição de cada tema, sem comprometer o conjunto.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Aproveita os canais oficiais e reúne os conteúdos para consulta. O cidadão tem onde aprofundar a informação, sem nova despesa de veiculação.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,00**	A aplicação da verba é clara e aproveita conteúdos em mais de um meio. A economicidade poderia ser melhor demonstrada na compra de vídeo com custo por mil mais alto.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,38**	Os meios se complementam e incluem rotas e emissoras do interior. A distribuição é bem resolvida, com pequena concentração de pontos fixos na capital.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,63**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**62,43**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	O diagnóstico explica como competências legislativas produzem consequências públicas. A análise integrada dos três contextos sustenta atendimento pleno.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**3,00**	A análise distingue alcance institucional de qualidade do vínculo e identifica públicos com intensidades de relação diferentes. Essa distinção atende integralmente ao atributo.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	As características institucionais são convertidas em oportunidades de explicação e escuta. A seleção é ampla, pertinente e plenamente articulada à publicidade.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**3,00**	O objeto é entendido como estudo, planejamento, criação, produção, distribuição e avaliação. A delimitação de alcance e exclusões demonstra compreensão plena.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O diagnóstico supera a promessa genérica de proximidade e identifica a necessidade de reconhecimento dos efeitos do Legislativo. A formulação atende plenamente ao briefing.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**15,00**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O mote traduz relevância institucional em uma ideia compreensível de avanço coletivo. O vínculo entre conceito, partido temático e desafio é pleno.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**3,00**	O argumento explica por que crescimento envolve direitos, controle e participação. Essa definição dá substância ao mote e sustenta a nota máxima.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	Os quatro eixos são expressões da mesma ideia e permitem aprofundamentos distintos. A capacidade de expansão positiva está plenamente demonstrada.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,90**	A progressão de apresentação e aprofundamento é viável e coerente. O acesso ao conteúdo está bem resolvido, com pequena limitação no desenvolvimento do passo seguinte de participação ativa.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,85**	A estratégia justifica o uso de histórias para converter relevância em compreensão. O encadeamento é muito forte, com menor detalhamento do estímulo à ação depois do acesso aos conteúdos.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**2,00**	A escolha de aprofundar os temas nos minidocumentários vincula objetivo, público e racionalização de produção. A articulação dos elementos estratégicos atende plenamente.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**14,75**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,80**	Os exemplos ligam normas a situações de vida, enfrentando diretamente o desafio. No filme geral, a rápida passagem por quatro temas reduz um pouco a demonstração de cada efeito.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	A criação entrega a relação entre presença legislativa e avanço coletivo defendida na estratégia. A correspondência entre planejamento e peças é plena.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**2,00**	As situações e personagens inserem a mensagem em experiências do território. A variedade cultural e social é pertinente ao público amplo.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**2,00**	A palavra crescimento ganha sentidos sociais e democráticos, além do econômico. Essa pluralidade favorável está demonstrada sem contradição com a missão legislativa.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,50**	A originalidade está mais na amarração temática que na linguagem gráfica. A execução é consistente, mas a reunião de personagens diante da sede permanece convencional.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**2,00**	Texto, imagem e marca ocupam funções reconhecíveis e preservam uma mensagem principal. A simplicidade formal está plenamente atendida.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**2,00**	A inserção social e econômica aparece associada a normas, escuta e fiscalização. A pertinência institucional é integral e evita protagonismo individual.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,80**	O minidocumentário amplia o conteúdo do filme geral. O conjunto é forte, com menor variedade de construção nos exemplos estáticos que reutilizam o mesmo arranjo visual.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	Os recursos de produção previstos correspondem às histórias e aos formatos apresentados. A execução está suficientemente demonstrada.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,80**	A narrativa é acessível e o sistema visual mantém coerência entre meios. A diferença de tamanho entre os trechos do mote reduz levemente a leitura integral em trânsito.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**18,90**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,50**	O conhecimento de hábitos abrange os meios selecionados e reconhece os limites geográficos das referências. O conjunto atende plenamente ao atributo.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,13**	A leitura dos hábitos explica o mix e a adaptação de formatos. A capacidade analítica é alta, mas parte das inferências territoriais permanece qualitativa.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,38**	O plano converte a estratégia em quantidades e custos verificáveis. A integração é muito consistente, com menor discriminação da entrega de cada tema dentro das compras digitais agrupadas.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	O investimento em conteúdo é reaproveitado em ambientes próprios e organizado em destino institucional único. O uso é pertinente, oportuno e econômico.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**1,88**	Há transparência na composição da verba e racionalização das peças. O atendimento é substancial porque o custo elevado por mil impressões no streaming recebe defesa mais qualitativa que econômica.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,25**	O mix combina cobertura estadual e presença regional. A otimização é elevada, com maior concentração das posições fixas na capital compensada principalmente pelo rádio e pela circulação dos ônibus.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,63**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**62,28**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	Distingue as funções sociais, políticas e econômicas da ALESE e relaciona legislação, orçamento, controle e representação às condições de desenvolvimento estadual.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**3,00**	Caracteriza relações representativas, informativas e participativas, diferenciando vínculos diretos e indiretos e seus graus de compreensão, acesso e reconhecimento.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	Seleciona pluralidade, colegialidade, comissões, orçamento, Ouvidoria, formação cidadã e canais próprios como bases relevantes da comunicação pública.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**3,00**	Delimita o ciclo integrado dos serviços publicitários, suas atividades complementares e exclusões, relacionando a contratação à informação institucional e ao exercício simulado.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	Formula o desafio como transformação de relevância institucional em valor percebido, articulando clareza, efeitos cotidianos, transparência, participação e impessoalidade.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**15,00**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O crescimento coletivo de Sergipe organiza um conceito aderente ao desafio, associando avanço social a debate, representação e fiscalização, sem atribuir execução exclusiva à ALESE.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**3,00**	A defesa explicita o significado amplo de crescimento, delimita a contribuição legislativa e demonstra a passagem do diagnóstico ao posicionamento com encadeamento consistente.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	A arquitetura conceitual admite desenvolvimentos institucionais, didáticos, territoriais e temáticos, preservando unidade entre cidadania, participação, transparência e protagonismo.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**2,00**	A apresentação do conceito, o aprofundamento audiovisual e a centralização de conteúdos oficiais formam uma estratégia adequada e executável para o reposicionamento.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**3,00**	A defesa integra personagens, narrativas de efeitos legislativos, unidade visual, sequência de comunicação e canais de aprofundamento em resposta consistente ao diagnóstico.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**2,00**	Articula competências institucionais, diversidade territorial, públicos, metas de compreensão e verba, justificando a concentração dos desdobramentos temáticos no audiovisual.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**15,00**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**2,00**	A narrativa parte de situações reconhecíveis e explicita relações entre legislação, trabalho, direitos e oportunidades, tornando visível a contribuição do Parlamento.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	O mote, os personagens e as histórias de crescimento coletivo corporificam integralmente a arquitetura conceitual e os eixos definidos na estratégia.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**2,00**	Trabalho produtivo, turismo, pesquisa e direitos das mulheres oferecem referências sociais reconhecíveis e diversidade compatível com os segmentos do público estadual.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE SERGIPE CRESCE A ALESE ESTA PRESENTE

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**2,00**	O crescimento é interpretado favoravelmente como ampliação de direitos, oportunidades, participação e proteção coletiva, com delimitação institucional consistente.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,75**	A combinação entre histórias setoriais, personagens e presença da sede é bem organizada. A composição fotográfica coletiva utiliza recursos recorrentes da comunicação institucional.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**2,00**	A hierarquia tipográfica, o contraste e a organização dos personagens favorecem apreensão imediata do conceito, sem elementos acessórios que comprometam a síntese.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**2,00**	As narrativas vinculam atividade produtiva, direitos e participação à atuação colegiada, preservando a distinção entre contribuição legislativa e execução de políticas.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**2,00**	O filme geral e o recorte temático demonstram apresentação e aprofundamento, enquanto exterior e banner mantêm unidade em funções complementares.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	Roteiros, formatos e custos de captação, fotografia, produção audiovisual e adaptações compõem uma solução materialmente executável dentro da verba.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,75**	A linguagem é didática e institucional, com boa adaptação audiovisual. No exterior, os conectivos menores do mote exigem mais atenção que suas palavras principais.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**19,50**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,50**	Reúne referências de vídeo, rádio, mobilidade e acesso digital, distinguindo universos nacionais e regionais e apresentando recorte local de consumo radiofônico.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,25**	Converte hábitos em escolhas de programação, rotas e formatos móveis. A transposição de tendências regionais para o desempenho estadual é menos demonstrada que a análise local do rádio.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,50**	A distribuição especifica trinta dias, inserções, rotas, formatos, entregas digitais e produção, mantendo correspondência com as funções atribuídas aos meios.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	A página de aprofundamento, o banner institucional e a reutilização de filmes e spot nos canais oficiais qualificam a continuidade informativa com custo de veiculação zero.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,25**	A simulação discrimina custos e mantém o orçamento sob o teto, com reaproveitamento de produção. A justificativa econômica da compra de vídeo de maior CPM é menos comparativa.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,50**	A integração entre televisão, rádio regional, linhas de ônibus, pontos fixos, formatos móveis e canais próprios demonstra otimização coerente de massa e segmentação.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**14,50**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**64,00**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliadores: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA; JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR; HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Quesito ou subquesito	Pontuação máxima	Nota de ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA	Nota de JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR	Nota de HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE	Média de pontos
Raciocínio Básico	15,00	13,95	14,00	14,00	**13,98**
Estratégia de Comunicação Publicitária	15,00	13,70	12,85	13,10	**13,22**
Ideia Criativa	20,00	17,95	17,85	18,40	**18,07**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00	13,88	13,00	13,25	**13,38**
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**59,48**	**57,70**	**58,75**	**58,64**



Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	Explica as funções da Assembleia e mostra sua importância para a sociedade e para o desenvolvimento de Sergipe. O papel institucional está compreendido de forma completa.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,60**	Reconhece os vários caminhos de contato com a população e a necessidade de torná-los mais próximos. Falta aprofundar como essa relação muda entre os públicos, embora o diagnóstico geral seja consistente.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	Mostra que a Assembleia também acolhe demandas, forma cidadãos e protege direitos. As atividades selecionadas dão uma base completa e útil à comunicação.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,40**	Entende a natureza pública da comunicação e sua abrangência estadual. A explicação se concentra na campanha simulada e detalha menos o alcance completo da contratação.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	Identifica que o cidadão precisa entender por que o trabalho da Assembleia importa para sua vida. Trata proximidade, clareza e participação de modo completo.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**14,00**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O mote liga a Assembleia à vida das pessoas com clareza e mantém o foco na instituição. A escolha responde plenamente à aproximação pretendida.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**2,60**	Explica por que a Assembleia faz parte da vida da população e evita atribuir a ela serviços do Executivo. A defesa é consistente, embora alguns benefícios ainda apareçam de forma ampla.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	A ideia permite falar de vários assuntos da vida coletiva sem fragmentar a campanha. Os caminhos de desdobramento estão demonstrados com clareza.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,60**	A campanha pode ser executada e aproximar a instituição. A proposta explica melhor como alcançar o público do que como transformar esse contato em participação.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,40**	As escolhas de linguagem e de canais fazem sentido para o problema apontado. A explicação ganha menos força quando precisa mostrar como cada contato muda a percepção sobre a Assembleia.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,50**	Relaciona os públicos, a verba e os temas institucionais. O plano atende substancialmente, com menor detalhamento da ligação entre tantas peças e os resultados de compreensão desejados.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**13,10**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,50**	As pessoas e suas rotinas ajudam a aproximar a Assembleia. O atendimento é substancial porque alguns exemplos mostram mais os temas debatidos que a mudança produzida pelo trabalho legislativo.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	As peças mantêm a mesma ideia de presença na vida das pessoas. Imagens, textos e assinatura seguem integralmente a estratégia proposta.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**2,00**	A campanha apresenta diferentes pessoas e referências reconhecíveis de Sergipe. O conjunto respeita a diversidade do público e favorece a identificação.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,80**	A mensagem permite entender proximidade, acolhimento e representação. As leituras são favoráveis, com pequena perda de precisão por se tratar de uma expressão ampla.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,75**	As fotografias com ilustrações dão personalidade à campanha. Há composição própria, embora parte dos recursos já seja recorrente em campanhas de aproximação institucional.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,60**	O mote é fácil de entender. Algumas composições reúnem muitos desenhos, personagens e textos, reduzindo a simplicidade visual do conjunto.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**2,00**	As peças relacionam direitos, serviços, trabalho e representação sem personalizar o Parlamento. A atuação institucional permanece pertinente aos diferentes contextos apresentados.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**2,00**	Os exemplos mostram como a mesma ideia funciona em tela, rua e rede social. Cada formato acrescenta uma função útil à campanha.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	As peças podem ser produzidas com os recursos descritos. O planejamento contempla captação, imagens e adaptações necessárias à execução.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,75**	O texto conversa com o público e os formatos fazem sentido. Alguns trechos e assinaturas menores poderiam ser mais legíveis em exposições breves.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**18,40**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,00**	Conhece os principais ambientes de consumo e considera capital e interior. Parte da leitura dos hábitos locais se apoia em referências nacionais, o que limita a precisão sem invalidar as escolhas.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,00**	Explica por que cada meio pode alcançar o cidadão em momentos diferentes. A análise é consistente, mas compara menos a força de cada meio na definição dos investimentos.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,50**	O plano mostra onde, quando e quanto será veiculado ou produzido. A distribuição acompanha as funções atribuídas aos meios e permite entender a execução.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Aproveita os canais da Assembleia para ampliar e aprofundar a mensagem sem custo de veiculação. As ações internas complementam esse uso de maneira coerente.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,13**	A verba está distribuída e os custos estão apresentados. O uso é consistente, embora algumas compras digitais tenham funções próximas e seus ganhos adicionais fiquem menos claros.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,13**	Os meios se complementam e incluem o interior e os ambientes de convivência. O plano poderia mostrar melhor como evita repetição pouco produtiva entre tantas frentes.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,25**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**58,75**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	Contextualiza a trajetória institucional e articula legislação, fiscalização e representação às dimensões sociais, políticas e econômicas do Estado, com compreensão plena do papel do Parlamento.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,70**	Identifica canais informativos, educativos e de defesa de direitos e reconhece a distância entre contato e percepção. A qualidade dos vínculos entre segmentos permanece menos diferenciada que a descrição da rede.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	Seleciona comissões, audiências, Procuradoria da Mulher, Escola do Legislativo e canais próprios como ativos comunicacionais, vinculando suas atividades ao interesse público.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,25**	Compreende a campanha institucional estadual e seus públicos. A extensão do objeto é tratada principalmente como campanha, com menor explicitação do conjunto integrado de serviços publicitários da contratação.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	Define corretamente a distância simbólica entre atuação legislativa e percepção social e propõe traduzi-la em compreensão cotidiana, pertencimento e participação, sem personalismo.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**13,95**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O conceito aproxima a ALESE do cotidiano e organiza o partido temático da relevância pública em uma síntese diretamente aderente ao reposicionamento solicitado.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**2,70**	A defesa relaciona o conceito às competências legislativas e preserva a distinção em relação à execução de serviços. Os efeitos concretos permanecem, em parte, formulados como temas gerais.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	A matriz conceitual comporta desdobramentos coerentes em educação, direitos, saúde, ambiente e cidadania, preservando unidade e interpretações institucionais positivas.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,75**	A combinação de narrativa humana, conteúdos explicativos e canais institucionais é executável. O percurso do reconhecimento até a participação é menos desenvolvido que o plano de exposição.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,50**	A argumentação conecta linguagem acolhedora, identificação visual e funções dos meios ao diagnóstico. A demonstração da mudança de percepção fica menos aprofundada que a descrição dos formatos.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,75**	Articula instituição, diversidade territorial, públicos e verba em um conjunto integrado. As metas de compreensão e participação são menos desenvolvidas que a distribuição das peças.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**13,70**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,80**	As cenas de escola, atendimento, trabalho e direitos aproximam a atividade legislativa da experiência comum. Parte das relações entre essas situações e seus efeitos permanece genérica.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	A protagonização dos cidadãos, a assinatura conceitual e a integração entre fotografia e ilustração materializam a estratégia de proximidade com unidade.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**2,00**	A diversidade de gerações, a inclusão de pessoa com deficiência e as referências visuais a Sergipe promovem identificação cultural compatível com a amplitude dos públicos.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,75**	O conceito admite leituras de pertencimento, representação e relevância. Sua generalidade reduz a especificidade legislativa de parte dessas associações favoráveis.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,50**	A mistura de fotografia, paisagem ilustrada e personagens cria unidade reconhecível. A solução mantém convenções frequentes da publicidade institucional, com originalidade substancial.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,50**	A mensagem principal é simples, mas a concorrência entre ilustrações, cores e blocos verbais aumenta a carga de leitura em parte das peças.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,80**	A expressão de demandas que ganham voz na Assembleia reforça representação e interesse coletivo. As conexões econômicas aparecem de modo menos preciso que as sociais.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**2,00**	Filme, carrossel, mídia exterior, vinheta e publicidade em pausa apresentam funções comunicativas complementares, com unidade e adequação das derivações.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	Os procedimentos de captação, fotografia, ilustração e adaptações são compatíveis com as especificações e os custos de produção apresentados.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,60**	A linguagem verbal é acessível e os formatos são pertinentes. Blocos de texto e elementos secundários pequenos reduzem a leitura imediata de algumas aplicações.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**17,95**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,25**	Considera consumo digital, audiovisual, rádio e mobilidade, explicitando o uso de base nacional adulta. A aproximação aos hábitos estaduais permanece inferencial em parte dos meios.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,13**	A análise atribui funções complementares aos meios e considera polos e fluxos regionais. A relação entre penetração geral e intensidade de cada investimento é menos demonstrada.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,50**	A simulação discrimina formatos, praças, períodos, inserções, produção e canais próprios em distribuição compatível com a complementaridade de hábitos descrita.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Integra portal, TV, rádio e redes oficiais como continuidade informativa, com veiculação sem custo, reaproveitamento de peças e ações internas pertinentes.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,25**	Os custos são discriminados e o investimento permanece no teto disponível. A economicidade é consistente, com menor demonstração do ganho incremental entre as várias frentes digitais contratadas.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,25**	Combina massa, segmentação digital, circulação territorial e oralidade nas feiras. A quantidade de frentes exige integração mais demonstrada para reduzir sobreposições.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,88**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**59,48**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	A relação entre a história da instituição, suas competências e o desenvolvimento estadual é consistente. Essa integração sustenta o atendimento pleno do atributo.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,50**	A diversidade dos canais e a baixa percepção de proximidade estão relacionadas corretamente. A análise avança além da enumeração, mas distingue pouco a intensidade das relações com cada público.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	As atividades escolhidas oferecem conteúdo publicitário pertinente e extrapolam a imagem restrita ao plenário. A seleção demonstra compreensão integral dos ativos institucionais.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,50**	Planejamento, criação e distribuição aparecem articulados no entendimento da campanha. A leitura é superior à simples descrição do anúncio, mas não desenvolve toda a extensão dos serviços contratados.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O diagnóstico distingue informar de tornar o trabalho legislativo compreensível. A ligação entre percepção, relevância e participação atende integralmente ao desafio.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**14,00**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	A participação da Assembleia na vida cotidiana traduz o diagnóstico em posicionamento claro. O conceito atende plenamente ao propósito institucional e ao desafio.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**2,50**	A passagem das atribuições para o cotidiano é lógica e explica a escolha do conceito. A argumentação é forte, mas poderia demonstrar melhor as consequências específicas que sustentam essa presença.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	O mesmo conceito organiza diferentes temas sem perder a mensagem central. Essa amplitude oferece desdobramentos positivos suficientes para atendimento pleno.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,50**	Os meios e formatos tornam viável a divulgação do posicionamento. A solução atende substancialmente, mas o convite à participação recebe menos construção que a geração de visibilidade.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,25**	Há coerência entre o problema de compreensão e a escolha de conteúdos acessíveis. A defesa permanece substancial porque descreve mais os pontos de contato que seu efeito persuasivo conjunto.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,60**	O orçamento e os canais dialogam com a amplitude do público. A articulação é consistente, mas os resultados pretendidos permanecem amplos diante da extensa oferta de formatos.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**12,85**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,75**	A narrativa sai do cotidiano e chega às funções da Assembleia, enfrentando a distância institucional. A conexão é forte, embora nem sempre demonstre um impacto concreto além da associação temática.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	O conjunto visual e verbal traduz o posicionamento definido na estratégia. A coerência entre intenção e criação sustenta a nota máxima.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**2,00**	Os personagens e os elementos do território inserem a mensagem no repertório dos públicos. A combinação oferece identificação inclusiva e culturalmente pertinente.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ALESE FAZ PARTE DA SUA VIDA

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,50**	A frase produz associações positivas com a vida cotidiana. O atendimento é substancial porque a mesma formulação também serviria a outras instituições, enfraquecendo sua singularidade legislativa.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,60**	O diálogo entre pessoas reais e ilustração acrescenta personalidade ao conjunto. O repertório é familiar, mas a combinação apresenta elaboração superior à aplicação apenas convencional do mote.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,75**	A ideia central é apreendida com facilidade e mantém hierarquia. A quantidade de elementos secundários impede o atendimento pleno, sem comprometer a compreensão geral.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,75**	O protagonismo cidadão e a passagem para debate e fiscalização preservam a pertinência institucional. A inserção econômica é mais sugerida pelas cenas que desenvolvida na mensagem.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**2,00**	Os exemplos combinam apresentação, explicação e reforço contextual do conceito. A diversidade de funções demonstra plenamente os desdobramentos comunicativos.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	A produção proposta utiliza recursos realizáveis e prevê seus custos e adaptações. Não se observa obstáculo material à execução dos exemplos.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,50**	A adaptação de conteúdo aos meios é compreensível. O atendimento permanece substancial porque a densidade visual exige mais atenção em suportes de contato rápido.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**17,85**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,13**	O repertório de consumo orienta o mix e reconhece a diferença entre a base de pesquisa e o público de 16 anos ou mais. A cobertura do conhecimento é ampla, com limites na transposição regional.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**1,88**	O exame dos hábitos explica a seleção dos meios e a interiorização. O atendimento é substancial, pois a comparação entre intensidade de consumo e alocação de verba permanece predominantemente qualitativa.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,50**	O mapa transforma as funções dos meios em entregas e custos identificáveis ao longo de trinta dias. Essa correspondência atende plenamente à consistência distributiva.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	A mídia paga conduz aos ambientes oficiais, que aprofundam o contato sem nova compra de espaço. O uso dos recursos próprios é pertinente, oportuno e econômico.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,00**	O orçamento permite verificar a aplicação e o custo de cada frente. A combinação é defensável, mas a ampla divisão digital reduz a demonstração da contribuição adicional de cada compra.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,00**	TV, rádio, exterior e digital cobrem jornadas complementares. A otimização é consistente, porém a extensa fragmentação dos contatos limita a clareza do alcance adicional obtido.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,00**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**57,70**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliadores: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA; JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR; HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Quesito ou subquesito	Pontuação máxima	Nota de ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA	Nota de JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR	Nota de HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE	Média de pontos
Raciocínio Básico	15,00	13,65	13,50	13,60	**13,58**
Estratégia de Comunicação Publicitária	15,00	12,00	11,10	11,65	**11,58**
Ideia Criativa	20,00	15,25	15,85	16,45	**15,85**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00	12,63	12,38	12,38	**12,46**
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**53,53**	**52,83**	**54,08**	**53,48**

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	Apresenta as funções da Assembleia e sua relação com as prioridades do Estado. O papel institucional está compreendido de forma completa.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,60**	Mostra várias formas de contato com os sergipanos. A leitura é consistente, embora a qualidade dessa relação seja explicada em parte por referências gerais sobre instituições políticas.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	Reconhece atividades que podem ajudar o cidadão a entender a Assembleia. As oportunidades de comunicação estão ligadas às funções e aos espaços de participação.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,40**	Entende a finalidade da campanha e a integração entre suas partes. A descrição se concentra mais na solução simulada que no alcance completo dos serviços contratados.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**2,60**	Reconhece a distância e a dificuldade de entender o trabalho da Assembleia. O diagnóstico é consistente, embora a questão da confiança seja tratada com base mais ampla que a realidade local demonstrada.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**13,60**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**2,40**	O mote aproxima a Assembleia da fala cotidiana e a referência cultural dá identidade. A escolha é pertinente, mas afirma presença com mais força do que esclarece seus efeitos.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**2,10**	Há explicação do conceito e do partido temático. O texto mostra a relação de mão dupla, mas aprofunda menos como as decisões se transformam em benefícios compreensíveis.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	Os eixos permitem tratar funções e situações da vida com a mesma identidade. A variedade de conteúdos possíveis está demonstrada.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,75**	A campanha tem execução possível e combina conteúdos e meios. A resposta é consistente, com limitação na demonstração de como a identificação visual se converte em maior entendimento do Legislativo.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**1,80**	Explica a proposta e o papel de muitas peças. A defesa se apoia mais nessas funções táticas do que em um caminho aprofundado para resolver o desafio.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,60**	Relaciona públicos, verba e resultados esperados. A articulação é consistente, mas os indicadores de contato são mais claros que a avaliação da compreensão sobre a Assembleia.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**11,65**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,40**	O filme torna as funções visíveis e próximas. O tratamento das figuras e as situações escolhidas explicam menos os impactos na vida do cidadão do que o desafio exige.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	A criação segue os eixos e a referência cultural apresentados. O mesmo conceito liga cenas, personagens e peças gráficas.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,75**	O artesanato e as pessoas reais favorecem identificação com Sergipe. A referência é boa, embora algumas figuras tenham um tratamento mais genérico e lúdico que a cerâmica popular anunciada.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,75**	A ideia comunica proximidade e pertencimento. Os sentidos são favoráveis, mas a miniatura da sede acaba ocupando espaço maior que os efeitos do trabalho legislativo.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,60**	A mistura de cerâmica, cotidiano e pessoas reais cria uma identidade. Há elaboração, com menor novidade no tratamento de algumas figuras tridimensionais.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,40**	A frase é fácil de entender, mas sua apresentação quebra bastante a leitura. A quantidade de elementos e o desenho das letras reduzem a simplicidade em algumas peças.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,75**	A mensagem trata de funções públicas e demandas coletivas. O conjunto é pertinente, embora mostre menos os efeitos sociais e econômicos do que a representação visual da Assembleia.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,60**	A campanha funciona em mais de um formato e mantém unidade. Os exemplos aprofundam pouco novos efeitos do Legislativo além das atribuições já apresentadas.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	As peças são executáveis e os recursos de produção estão previstos. Os exemplos e as adaptações permitem compreender a realização do conjunto.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,20**	A linguagem busca proximidade, mas algumas figuras e letras dão um tom excessivamente lúdico. Isso limita a clareza e a força do assunto institucional, especialmente nas peças de leitura rápida.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**16,45**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,38**	Considera hábitos, audiências e diferenças territoriais com boa abrangência. A pequena limitação está no uso de outra praça como aproximação para parte do consumo local.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**1,75**	Os dados orientam várias escolhas do plano. O atendimento é substancial, mas o alcance digital total não demonstra a retirada das pessoas repetidas entre plataformas.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**1,63**	O plano detalha as compras, mas apresenta números diferentes no texto e nos quadros de rádio e TV. A distribuição é compreensível, com perda relevante de consistência.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Aproveita bem os canais oficiais e a sede da Assembleia. As entregas são previstas e a veiculação própria não gera nova compra de espaço.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,13**	A verba está discriminada e aproveita as peças em vários canais. A aplicação é consistente, embora o custo maior de algumas compras de vídeo pudesse ter comparação mais clara.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,00**	Os meios se complementam e há preocupação efetiva com o interior. O atendimento é substancial porque a diversidade de suportes exteriores se concentra mais na capital.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,38**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**54,08**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	As funções são explicadas por suas consequências sociais, políticas e econômicas. O diagnóstico atende plenamente ao papel da Assembleia.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,50**	O diagnóstico diferencia canais e graus de proximidade. A análise é forte, mas usa o ambiente nacional de confiança para caracterizar uma relação local que não demonstra com igual precisão.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	As características da instituição são associadas a oportunidades concretas de conteúdo. A seleção demonstra compreensão plena dos ativos de comunicação.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,50**	O entendimento inclui diagnóstico, estratégia, criação e distribuição. Sua extensão é bem compreendida, embora os limites do conjunto de serviços da contratação apareçam menos explicitados.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**2,50**	O problema de percepção e a necessidade de tradução estão corretamente definidos. A leitura é elevada, com maior precisão na presença cotidiana que na sustentação do diagnóstico local de confiança.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**13,50**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**2,25**	A correspondência entre o que acontece na Assembleia e a vida da população atende ao propósito. A aderência é substancial porque o mote depende das peças para demonstrar essa consequência.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**2,00**	Os dois pilares são explicados e sustentam o conceito. A defesa se situa entre parcial e substancial porque desenvolve identificação e recorrência mais que a prova dos efeitos no cotidiano.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	A dualidade proposta organiza conteúdos institucionais e cotidianos sem dispersar a ideia. O potencial de desdobramento positivo atende plenamente.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,60**	As ações podem ser realizadas e possuem conexão com o diagnóstico. A adequação supera o atendimento substancial básico, mas demonstra menos a mudança de compreensão que a presença da mensagem.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**1,75**	A escolha de linguagem é pertinente, mas sua defesa se alonga no inventário de formatos. A argumentação fica entre parcial e substancial por explicar menos o efeito conjunto sobre a percepção.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,50**	Instituição, público e recursos estão conectados e há indicadores. O atendimento é substancial porque a mensuração privilegia exposição e consumo, com menor sustentação da mudança de entendimento.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**11,10**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,25**	A visualização das funções ajuda a tornar o Legislativo acessível. A resposta é parcial a substancial porque a representação lúdica recebe mais desenvolvimento que a demonstração de consequências.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	As peças materializam a linguagem cultural e a relação de mão dupla previstas. A coerência entre criação e estratégia é integral.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,60**	O repertório do barro oferece reconhecimento regional. A adequação supera o substancial básico, mas a aparência de brinquedo em algumas cenas dilui a singularidade cultural proposta.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,60**	A presença da Casa nas mãos das pessoas produz associação favorável de proximidade. A metáfora concentra parte do sentido no edifício e reduz sua amplitude interpretativa.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,75**	O encontro entre artesanato e pessoas reais oferece uma solução própria. A originalidade é elevada, embora o desenho de personagens siga repertório conhecido da animação tridimensional.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,50**	O mote é simples e recorrente. A simplicidade formal é substancial porque a composição tipográfica em blocos e os elementos acessórios exigem esforço adicional de leitura.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,60**	Os temas são pertinentes à missão legislativa e não personalizam a mensagem. A conexão com os contextos do Estado é forte, mas recebe menos densidade que a apresentação das funções.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,50**	Os exemplos mostram versatilidade da identidade entre tela, rua e sequência digital. O atendimento é substancial porque a ampliação temática aparece menos demonstrada que a repetição das funções.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**1,80**	Há previsão de produção e adaptações para a solução visual. A viabilidade é alta, com pequena limitação na discriminação de como a modelagem artesanal e a animação se integram.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,25**	O tom é próximo e o repertório cultural é pertinente. A compatibilidade fica entre parcial e substancial porque a apresentação lúdica e a composição das letras enfraquecem a comunicação cívica em parte dos meios.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**15,85**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,13**	A base combina informações nacionais, locais e uma praça regional de referência. O conhecimento é amplo, com limite na representatividade de Salvador para todo o território sergipano.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,00**	O raciocínio territorial e de programação é consistente. A força analítica é limitada pela leitura de alcances somados como cobertura do conjunto, apesar do reconhecimento de sobreposição.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**1,38**	Há um mapa executável, porém texto e quadros não convergem em rádio e resultados de TV. A consistência fica entre parcial e substancial pela incerteza sobre a entrega tomada como referência.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Os canais próprios prolongam a campanha e oferecem continuidade ao interesse gerado. A programação e os custos da fachada demonstram uso pertinente e econômico.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,00**	O plano permite acompanhar os investimentos e combina reutilização de produção. A economicidade é consistente, mas o prêmio de custo em alguns ambientes de vídeo é justificado sobretudo por atributos qualitativos.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,38**	A relação entre população e investimento regional mostra otimização bem desenvolvida. A pequena limitação é a concentração de suportes exteriores complementares na capital.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,38**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**52,83**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**3,00**	Relaciona legislação, fiscalização, representação e orçamento às transformações do Estado e às prioridades de serviços, com compreensão integral das funções institucionais.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,70**	Reconhece relações diretas, mediadas e territoriais com públicos distintos. A qualidade dos vínculos é inferida sobretudo de referências gerais de confiança política.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**3,00**	Identifica comissões, orçamento, audiências, fiscalização, visitas e canais próprios como atividades capazes de gerar significado publicitário e aproximação institucional.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,25**	Compreende a campanha institucional e sua integração de linguagem e meios. A natureza do objeto é descrita principalmente pelo exercício de campanha, com menor delimitação do ciclo contratual completo.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**2,70**	Identifica distância, tecnicidade e necessidade de reconhecimento dos efeitos legislativos. O reforço de confiança é pertinente, mas recebe apoio maior em diagnóstico político geral.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**13,65**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**2,50**	O conceito articula instituição e cotidiano, e a cerâmica oferece identificação regional. A afirmação de presença é mais imediata que a explicitação dos efeitos do trabalho legislativo.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**2,25**	A defesa explicita os dois sentidos da relação entre demandas e atuação institucional. Parte do argumento se concentra na familiaridade cultural, com menor demonstração das consequências legislativas.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	Os eixos Atuação e Presença permitem desdobramentos em leis, audiências, fiscalização, direitos e demandas, mantendo uma matriz conceitual coerente e positiva.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,50**	A estratégia é executável e prevê explicação e distribuição integrada. A resposta ao reposicionamento fica parcialmente apoiada na familiaridade estética e na repetição do conceito.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,00**	A defesa relaciona cultura, proximidade e temas institucionais. O detalhamento das funções das peças predomina sobre a demonstração do encadeamento persuasivo da estratégia.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,75**	Articula públicos, territórios, conteúdos e indicadores dentro da verba. A quantidade de aplicações recebe desenvolvimento maior que a relação entre qualidade da compreensão e metas pretendidas.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**12,00**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,50**	As cenas representam atribuições e dão familiaridade ao tema. A criação demonstra menos seus efeitos concretos e o tratamento de miniaturas reduz a densidade institucional de parte da narrativa.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	Cerâmica, assinatura coloquial e alternância entre trabalho institucional e cidadãos realizam os pilares criativos e os eixos de Atuação e Presença definidos na estratégia.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,50**	A cerâmica e os personagens populares estabelecem referência cultural pertinente. A estilização das figuras se aproxima de miniaturas genéricas e enfraquece parte da identidade artesanal defendida.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: TA NA ALESE TA NA SUA VIDA

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,50**	O conceito admite sentidos positivos de presença e pertencimento. O destaque à instituição em miniatura favorece também uma leitura centrada no objeto, menos ligada à consequência pública.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,50**	A combinação de modelagem, pessoas reais e representação das atividades apresenta elaboração. A estilização tridimensional utiliza convenções visuais bastante difundidas.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,25**	A ideia verbal é curta, mas a quebra fragmentada das palavras, as formas diagonais e a combinação de figuras e ornamentos tornam a apreensão visual menos imediata.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,50**	A criação mantém representação, fiscalização e interesse coletivo. O tratamento lúdico e a centralidade da miniatura enfraquecem parte da expressão dos contextos social e econômico.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,75**	Filme, exteriores e carrossel demonstram adaptações reconhecíveis e funções distintas. O avanço de conteúdo permanece concentrado na explicação das mesmas atribuições.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**1,75**	Os custos e os procedimentos tornam as peças realizáveis. A proposta combina cerâmica, animação e pessoas reais, com especificação menos detalhada da produção artesanal que dos formatos finais.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,00**	A expressão coloquial favorece acesso, mas a tipografia fragmentada e o tratamento de brinquedo das figuras reduzem a leitura rápida e a força institucional para um público amplo.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**15,25**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,25**	Reúne hábitos de consumo, dados locais de audiência e distribuição territorial, declarando o uso de Salvador como referência. A equivalência entre praças permanece uma aproximação.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**1,88**	A análise relaciona audiência e distribuição de investimentos, mas o alcance digital agregado reúne estimativas por plataforma sem deduplicação demonstrada.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**1,50**	A programação é detalhada, mas diverge do texto em inserções e valores de rádio e em indicadores de televisão. Essas diferenças reduzem a consistência interna da distribuição.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Portal, TV, rádio e redes recebem programação própria a custo zero de veiculação. A fachada integra a mensagem e tem produção e instalação discriminadas.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,25**	Os custos são discriminados e permanecem no teto, com reaproveitamento de conteúdos. A participação de compras de streaming de CPM elevado recebe defesa econômica menos comparativa.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,25**	Distribui rádio e circulação intermunicipal por territórios e combina meios de massa e segmentados. Parte expressiva do exterior permanece concentrada na capital.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,63**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**53,53**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliadores: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA; JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR; HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Quesito ou subquesito	Pontuação máxima	Nota de ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA	Nota de JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR	Nota de HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE	Média de pontos
Raciocínio Básico	15,00	12,20	11,00	11,25	**11,48**
Estratégia de Comunicação Publicitária	15,00	9,75	9,40	9,45	**9,53**
Ideia Criativa	20,00	16,00	15,80	16,55	**16,12**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00	13,50	12,63	13,25	**13,13**
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**51,45**	**48,83**	**50,50**	**50,26**



Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**2,25**	Apresenta as funções principais e a importância democrática da Assembleia. O atendimento é substancial, com explicação menor sobre o papel econômico da instituição.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,10**	Reconhece que os canais existem e nem sempre aproximam a população. A leitura dos relacionamentos é compreensível, mas diferencia pouco os públicos e suas formas de contato.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**2,40**	Seleciona atividades importantes para aproximar a Casa do cidadão. A seleção é consistente, embora a explicação do potencial de cada uma permaneça ampla.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,10**	Compreende a campanha e seu foco coletivo. A explicação poderia separar melhor o objeto publicitário das outras atividades de comunicação citadas, sem que isso indique contratação dessas atividades.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**2,40**	Entende a distância entre população e Assembleia e propõe acolhimento. A leitura é consistente, mas aprofunda menos como o cidadão reconhecerá os resultados do trabalho legislativo.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**11,25**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**2,40**	O mote acolhe e reforça que a Assembleia pertence à população. É bem ajustado à proximidade, mas comunica menos diretamente os efeitos do trabalho legislativo.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**1,60**	O conceito e o partido temático são explicados. A defesa é compreensível, mas se apoia muito na ideia de acolher e pouco na demonstração do que a atuação legislativa muda na vida das pessoas.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**1,40**	A ideia permite convites claros para participação. Os desdobramentos mudam pouco o conteúdo e exploram menos os temas que mostram a importância concreta da Assembleia.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,25**	A campanha pode ser executada e comunicar portas abertas. A solução é parcial para o desafio completo porque mostra menos como o trabalho da Assembleia interfere no cotidiano.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**1,40**	Explica onde a mensagem será divulgada e o papel das peças. A defesa mostra menos por que essa sequência faria o público compreender melhor os efeitos do Legislativo.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,40**	Considera público, canais e orçamento. O conjunto poderia ligar melhor as escolhas de comunicação às mudanças de entendimento que pretende alcançar.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**9,45**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,20**	As pessoas na tribuna ajudam a mostrar uma Casa aberta. A ideia explica menos os efeitos das leis e da fiscalização sobre a vida de quem participa.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	As imagens e as chamadas seguem a ideia de que a população pertence à Casa. A criação é coerente com a estratégia apresentada.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,60**	Os personagens são próximos da realidade de parte da população. O conjunto é adequado, embora explore pouco as diferenças culturais entre as regiões do Estado.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,75**	A mensagem permite entender acolhimento e direito de participar. As associações são favoráveis, mas a presença frequente do plenário pode limitar a ideia ao prédio da Assembleia.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,25**	A sequência das pessoas chegando à tribuna acrescenta uma ideia visual. A composição e a apresentação do mote são pouco diferenciadas, situando a originalidade entre parcial e substancial.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**2,00**	As peças são organizadas e fáceis de ler. A mensagem principal aparece com clareza e sem excesso de elementos.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,60**	A criação reforça que a Assembleia é um espaço coletivo. Ela poderia mostrar mais sua relação com questões sociais e econômicas, além da presença do cidadão no plenário.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,40**	Os exemplos mantêm a campanha reconhecível em vários formatos. Repetem, porém, a mesma situação e desenvolvem pouco novos conteúdos sobre a atuação da Assembleia.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	As peças podem ser realizadas com os recursos apresentados. O plano prevê a produção e as adaptações dos diferentes formatos.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,75**	O texto é claro e as chamadas são legíveis. O carrossel poderia diferenciar melhor os assuntos e aproveitar mais os recursos visuais de leitura em sequência.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**16,55**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,00**	Considera diferentes formas de consumo e apresenta informações locais de audiência. Parte da leitura sobre todo o Estado ainda depende de referências mais gerais.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,13**	Explica bem a função de emissoras e rotas para chegar ao público. A análise é consistente, com algumas conclusões de alcance mais amplas que os dados locais apresentados.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,38**	As entregas estão organizadas por período, meio e praça. O conjunto é muito consistente, com menor demonstração da contribuição de alguns horários para os hábitos descritos.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Aproveita os canais da Assembleia e inclui seu público interno. O reaproveitamento das peças amplia a mensagem sem novo custo de veiculação.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,13**	O investimento é discriminado e respeita a verba. A aplicação é consistente, embora falte comparar melhor o benefício das diferentes compras de visualizações.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,13**	A combinação inclui capital, interior e diferentes momentos de consumo. A proposta poderia mostrar melhor o ganho específico de cada suporte urbano dentro do conjunto.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,25**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**50,50**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**2,50**	As competências e a representação plural estão corretamente descritas. A análise supera a enumeração, embora explique menos a repercussão econômica do Parlamento.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,00**	O diagnóstico reconhece a distância de quem não domina a linguagem institucional. A análise dos relacionamentos é parcial a substancial, pois descreve alcance com mais precisão que qualidade e intensidade dos vínculos.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**2,25**	As atividades escolhidas são pertinentes para comunicação institucional. O atendimento é substancial porque seu valor aparece mais declarado que convertido em oportunidades específicas de narrativa.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,00**	A campanha é situada no conjunto da comunicação da instituição. Falta maior distinção entre a extensão dos serviços publicitários contratados e as atividades que cabem à estrutura própria.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**2,25**	O problema de percepção está corretamente identificado. O diagnóstico atende substancialmente, mas concentra a resposta na sensação de acolhimento e desenvolve menos a compreensão das consequências legislativas.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**11,00**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**2,50**	A ideia de casa enfrenta a percepção de inacessibilidade e favorece participação. A aderência é alta, embora o vínculo com os efeitos cotidianos dependa de explicação complementar.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**1,75**	A defesa explica a origem e os sentidos da metáfora, o que evita uma escolha apenas intuitiva. Sua consistência fica entre parcial e substancial porque a consequência legislativa aparece menos desenvolvida que o argumento simbólico.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**1,25**	O conceito admite variações positivas, mas elas repetem sobretudo a disponibilidade da Casa. A riqueza de conteúdos específicos é menor que a variedade de aplicações.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,40**	O plano consegue difundir o convite e dar visibilidade à Casa. Sua eficácia para resolver todo o desafio é limitada pelo predomínio do acolhimento sobre a explicação dos efeitos legislativos.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**1,25**	A relação entre meios e exposição está descrita. A sustentação estratégica é parcial porque o inventário de aplicações ocupa o lugar de uma explicação mais consistente sobre persuasão e compreensão.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,25**	Os elementos básicos do planejamento estão presentes. A integração é parcial porque a amplitude de peças não se converte, com a mesma clareza, em prioridades para os resultados institucionais.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**9,40**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,00**	A ocupação simbólica do Parlamento comunica pertencimento. O atendimento é parcial diante do desafio mais amplo de evidenciar impactos concretos, pouco desenvolvidos nas cenas e chamadas.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	As peças realizam a metáfora central de casa e acesso defendida na estratégia. A coerência interna atende plenamente ao atributo.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,50**	A hospitalidade e os personagens são reconhecíveis pelo público. A adequação é substancial, mas sua caracterização cultural é mais genérica que regionalmente diferenciada.
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,60**	Casa pode significar representação, hospitalidade e participação. Os sentidos são positivos, com limitação pela ênfase visual no espaço físico do Parlamento.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,10**	A metáfora de ocupar a Casa é compreensível, porém seu tratamento recorre a arranjos muito convencionais. A sequência narrativa agrega algum mérito além da composição básica.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**2,00**	O conjunto reduz elementos acessórios e torna a mensagem principal evidente. A simplicidade formal é um mérito integral da solução.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,75**	A campanha valoriza o acesso democrático ao Parlamento. A pertinência é elevada, com menor desenvolvimento das relações econômicas e sociais além do convite à participação.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,25**	A identidade se adapta aos suportes, mas a diversidade formal acrescenta pouco aprofundamento. A capacidade de desdobramento é parcial a substancial.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	Os recursos necessários são compatíveis com as peças e estão previstos na produção. A exequibilidade está plenamente demonstrada.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,60**	O convite curto é adequado aos suportes de contato rápido. Nas redes, a repetição de estrutura verbal e visual reduz a exploração da linguagem própria do formato.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**15,80**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,13**	Os hábitos explicam a presença dos meios escolhidos e incluem referências de audiência local. O conhecimento é amplo, com limites de correspondência entre bases e público estadual.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**1,88**	A análise justifica a interiorização e a escolha dos meios. O atendimento é substancial, pois projeções de cobertura ampla são defendidas com maior certeza que a permitida pela medição local.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,25**	O plano detalha a distribuição e permite acompanhar a execução. A consistência é alta, embora algumas relações entre horários comprados e hábitos específicos permaneçam qualitativas.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Os canais oficiais prolongam a campanha e a comunicação interna incorpora seus colaboradores. O aproveitamento é pertinente e econômico.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**1,88**	Custos e entregas estão identificados e a distribuição regional é defensável. A economicidade é substancial, mas a escolha entre compras de vídeo com custos distintos recebe pouca comparação.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,00**	A integração oferece cobertura e interiorização. A otimização é consistente, com demonstração mais limitada do ganho adicional entre os numerosos suportes urbanos.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,63**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**48,83**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**2,70**	Reconhece legislação, fiscalização, representação e mediação social. A inserção econômica é mencionada, mas menos desenvolvida que o funcionamento político e a participação.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,25**	Identifica a abrangência dos canais e a dificuldade de linguagem. A caracterização inicial do público é uniforme e a qualidade dos vínculos recebe exame limitado.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**2,50**	Aponta comissões, audiências, fiscalização e comunicação própria como fontes de conteúdo. A relevância publicitária é explicitada de forma geral, com menor exploração de cada atividade.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,25**	Entende a finalidade institucional da campanha e a necessidade de integração. A extensão do objeto publicitário é menos delimitada diante das referências ao jornalismo e às relações públicas da própria ALESE.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**2,50**	Reconhece distanciamento, tecnicidade e necessidade de pertencimento. A tradução de atuação legislativa em efeitos cotidianos recebe menor aprofundamento que o acesso simbólico à Casa.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**12,20**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**2,25**	Pertencimento e hospitalidade são adequados à aproximação institucional. O conceito atende substancialmente, com menor capacidade de sintetizar o impacto concreto do Legislativo.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**1,50**	Há defesa explícita do pertencimento e dos sentidos de casa e hospitalidade. A argumentação permanece parcial na ligação entre acolhimento, compreensão do processo e efeitos concretos.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**1,50**	Os desdobramentos em propor, debater e participar preservam o pertencimento. A expansão temática permanece concentrada no convite, com pouca diferenciação de conteúdos legislativos.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,50**	A integração de canais é executável e o percurso até o plenário é inteligível. A solução desenvolve menos a passagem entre presença simbólica e compreensão do impacto legislativo.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**1,50**	A defesa se alonga na descrição de formatos, suportes e funções táticas. A justificativa do mecanismo de mudança de percepção é compreensível, porém pouco aprofundada.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,50**	Relaciona público estadual, canais e verba referencial. A articulação entre demandas específicas dos públicos e resultados de compreensão fica subordinada à distribuição dos formatos.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**9,75**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,25**	O percurso do cotidiano à tribuna reduz a sensação de inacessibilidade. A criação atende parcialmente ao desafio porque demonstra pouco a relação entre decisões e consequências para a população.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	O deslocamento dos cidadãos para a tribuna, o convite à participação e a assinatura da campanha materializam integralmente o partido de pertencimento proposto.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,75**	As personas populares e o convívio cotidiano oferecem identificação social. A ancoragem cultural se concentra em tipos amplos, com menor diversidade territorial nos exemplos.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: AQUI VOCE E DE CASA

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**1,50**	A ideia produz leituras favoráveis de acolhimento e pertencimento. A recorrência do prédio e da tribuna estreita parte dessas leituras ao acesso à sede.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,00**	A combinação de fotografia, área branca e chamada institucional tem baixa diferenciação. O deslocamento para a tribuna oferece elaboração, mas a originalidade formal permanece parcial.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**2,00**	A disposição dos elementos, a economia cromática e a chamada central preservam uma forma simples, com hierarquia clara e mensagem principal identificável.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,50**	O protagonismo cidadão e a representação plural são pertinentes. A inserção social e econômica fica menos demonstrada que a ocupação simbólica do espaço político.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,50**	Filme, vinheta, carrossel e exterior mantêm unidade e permitem adaptações. Os exemplos repetem as mesmas personas e o convite, com reduzido avanço de conteúdo entre aplicações.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	As composições, cenas e adaptações são tecnicamente realizáveis, com previsão de produção audiovisual, fotografia, impressos e adequação de formatos.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,50**	A linguagem é acessível e a tipografia favorece a leitura. O carrossel oferece pouca hierarquia entre mensagens semelhantes e depende mais do texto para diferenciar seus conteúdos.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**16,00**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,25**	Reúne referências de vídeo, rádio, acesso digital e mobilidade, contemplando o público amplo. Parte dos hábitos estaduais é inferida de universos de pesquisa mais abrangentes.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,00**	Relaciona consumo, polos regionais e funções de cobertura e frequência. Algumas afirmações de atenção e penetração excedem o que as bases locais demonstram.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**2,50**	A simulação discrimina trinta dias, praças, inserções, períodos, custos e produção, com distribuição compatível com as funções atribuídas a cada meio.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,50**	Integra TV, rádio, portal, redes e comunicação interna, reaproveitando peças e prevendo veiculação institucional a custo zero em coerência com o pertencimento.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,00**	O orçamento discrimina produção e mídia e permanece no teto. A comparação de eficiência entre as compras digitais por visualização é menos desenvolvida que a exposição de seus volumes.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,25**	Massa, rádio regional, rotas intermunicipais e digital segmentado possuem funções complementares. A amplitude de suportes torna menos clara a contribuição incremental de cada frente.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**13,50**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**51,45**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliadores: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA; JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR; HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Quesito ou subquesito	Pontuação máxima	Nota de ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA	Nota de JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR	Nota de HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE	Média de pontos
Raciocínio Básico	15,00	12,90	12,50	12,70	**12,70**
Estratégia de Comunicação Publicitária	15,00	9,00	9,55	9,55	**9,37**
Ideia Criativa	20,00	14,75	15,25	14,80	**14,93**
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15,00	12,13	12,13	12,50	**12,25**
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**48,78**	**49,43**	**49,55**	**49,25**



Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**2,40**	Explica as funções e evita confundir o Legislativo com o Executivo. O diagnóstico é consistente, mas trata menos do papel econômico e orçamentário da Casa.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,60**	Reconhece que contato amplo nem sempre significa proximidade. A leitura é consistente, embora algumas limitações dos canais sejam apresentadas de maneira ampla.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**2,60**	Identifica atividades e canais úteis para a campanha. A seleção é boa, mas algumas conclusões sobre o uso atual desses recursos aparecem mais presumidas que demonstradas.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,10**	Entende o que a campanha precisa comunicar e sua abrangência. A descrição poderia explicar melhor o conjunto dos serviços publicitários da contratação.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	Identifica que o cidadão precisa compreender o trabalho da Assembleia e reconhecer sua participação no cotidiano. O problema de comunicação está claramente formulado.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**12,70**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**1,40**	A intenção de mostrar a contribuição da Assembleia é compreensível. A escolha do mote, porém, permite interpretações de interferência e favorecimento que prejudicam a mensagem pública.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**0,90**	A proposta explica o sentido desejado, mas declara que não há ambiguidade. Como não enfrenta as outras leituras possíveis, a defesa apresenta uma fragilidade grave.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	O conceito permite tratar muitos temas e regiões com a mesma identidade. Os desdobramentos propostos oferecem variedade de conteúdos sobre a contribuição da Assembleia.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicacão.	2,00	**1,10**	As ações podem ser executadas e têm uma sequência compreensível. A solução é limitada pela pouca definição das evidências legislativas que sustentarão as histórias nos diferentes territórios.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,40**	O caminho de revelar, explicar e convidar está bem defendido. A argumentação é consistente, embora a comprovação de alguns vínculos institucionais seja deixada para a execução.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,75**	Relaciona público, regiões, canais e recursos disponíveis. A articulação é boa, embora a pesquisa prevista para medir a mudança de percepção não tenha seu custo próprio identificado.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**9,55**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,10**	As situações são próximas das pessoas, mas a contribuição específica da Assembleia aparece pouco. Os exemplos mostram mais o tema e o benefício pretendido que o papel legislativo que os conecta.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	Imagens, formatos e assinatura seguem a estratégia apresentada. O conjunto mantém coerência clara com a ideia escolhida.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliador: HIGOR GONZAGA SANTOS TRINDADE

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,60**	Os cenários e as pessoas aproximam a campanha da realidade sergipana. A adequação é consistente, embora o mesmo tratamento visual diferencie pouco as regiões.
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**0,60**	É possível entender participação, mas também interferência e favorecimento. Essas leituras prejudicam de forma grave as associações favoráveis pretendidas pela campanha.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,60**	A paisagem dentro da moldura e o formato do folheto acrescentam criatividade. A combinação é própria, com menor novidade no uso do ícone de mão.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,60**	A frase e a mão são identificadas rapidamente. Algumas peças, porém, combinam muitos elementos e tornam a leitura menos simples.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,10**	Os assuntos têm relação com a vida em Sergipe. O roteiro menciona o presidente e apresenta benefícios de forma ampla, reduzindo a precisão do foco institucional e coletivo.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,60**	Os exemplos mostram que a ideia pode circular em diferentes formatos. Há variedade, mas muitas aplicações repetem a mesma solução de apontar para uma cena.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	As peças podem ser produzidas com os recursos apresentados. O painel especial inclui instalação, responsabilidade técnica, manutenção e retirada.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,60**	O tom é acessível e o sistema visual se adapta aos meios. Alguns textos menores e o conteúdo concentrado no folheto exigem mais atenção, reduzindo a leitura imediata.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**14,80**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,13**	Considera os hábitos e as diferenças entre capital e interior. A leitura é ampla, embora algumas dimensões locais sejam tratadas como estimativas.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,00**	A análise evita somar métricas diferentes e informa suas premissas. A capacidade é consistente, mas o alcance total depende de uma estimativa de repetição de público ainda não demonstrada.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**1,75**	O plano apresenta as compras e explica o calendário relativo. As localidades dos painéis e a duração dos spots municipais mudam entre a descrição e o orçamento, reduzindo a consistência do conjunto.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,13**	Aproveita os canais oficiais para informar e convidar à participação. A escolha é adequada, com menor definição de entregas porque esses canais foram retirados da simulação.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,13**	A aplicação da verba é discriminada e inclui reaproveitamento. A proposta poderia demonstrar melhor o benefício proporcional de algumas compras e ações de maior custo.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,38**	Os meios se complementam e o digital reserva presença ao interior. A distribuição é bem articulada, com pequena limitação na definição final de algumas rotas de ônibus.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,50**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**49,55**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**2,50**	A definição das competências e de seus limites é consistente. A compreensão supera o atendimento substancial básico, com menor desenvolvimento do papel econômico da Assembleia.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,50**	O diagnóstico explica como alcance e qualidade do vínculo podem divergir. A análise é forte, mas generaliza o caráter pouco traduzido dos conteúdos institucionais.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**2,50**	As características selecionadas oferecem base pertinente para publicidade. A compreensão é elevada, com menor demonstração das limitações atribuídas aos conteúdos já existentes.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,00**	A proposta entende a finalidade pública e a abrangência do exercício. A leitura do objeto permanece parcial a substancial por desenvolver pouco o ciclo completo e seus limites contratuais.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	O diagnóstico liga desconhecimento dos efeitos legislativos e baixa identificação institucional. As necessidades de clareza, presença e participação atendem plenamente ao desafio.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**12,50**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**1,25**	A ideia de revelar participação responde ao diagnóstico, mas o mote não controla sentidos negativos comuns à expressão. A aderência fica entre parcial e substancial diante desse risco central.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**1,00**	O texto explica contribuição e marca institucional, mas trata o sentido como unívoco. A argumentação permanece incipiente a parcial porque não resolve a fragilidade semântica decisiva.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	A ideia de revelar contribuição se expande por temas, funções e territórios sem perder unidade. A riqueza potencial dos desdobramentos está plenamente demonstrada.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,20**	A arquitetura de conteúdos é compreensível e pode ser realizada. Sua adequação é parcial porque o mecanismo de revelação depende de vínculos verificáveis ainda pouco definidos entre temas e atuações da Casa.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,50**	A jornada explica como despertar interesse, aprofundar o conteúdo e conduzir aos canais oficiais. Sua sustentação é forte, com pequena limitação na passagem da promessa de prova à escolha das evidências.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,60**	O público e a distribuição territorial estão ligados à verba. A integração é consistente, mas a comprovação da mudança de percepção depende de uma medição cuja execução não está dimensionada.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**9,55**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,25**	As cenas tentam revelar a participação da Casa em situações comuns. O atendimento fica entre parcial e substancial porque o benefício é associado à instituição sem explicar suficientemente sua contribuição específica.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	As peças executam o sistema conceitual escolhido com unidade. A coerência interna é plena, independentemente da limitação de adequação do próprio conceito.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,75**	A seleção de cenas e a linguagem popular dialogam com os públicos. A identificação é elevada, com alguma homogeneização visual entre os territórios.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliador: JOSÉ DOMINGUES FONTES JÚNIOR

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**0,75**	O sentido desejado é compreensível quando explicado. O conjunto de leituras não é predominantemente seguro para a finalidade institucional, situando o atributo entre incipiente e parcial.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,50**	O uso do território como parte da peça acrescenta originalidade. A elaboração é substancial, embora o ícone de mão e a montagem fotográfica sejam recursos familiares.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,50**	O mecanismo gráfico é fácil de reconhecer. A simplicidade é substancial porque os elementos reunidos disputam atenção em algumas composições.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,25**	A campanha aborda assuntos relevantes à Assembleia. A pertinência fica entre parcial e substancial porque a contribuição institucional é generalizada e o roteiro introduz a figura do presidente.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,50**	A identidade demonstra adaptação a vários suportes e inclui informação mais extensa no folheto. O atendimento é substancial pela limitada progressão narrativa entre parte dos exemplos.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	A solução especial possui dimensões, procedimentos de instalação e custos previstos. Os recursos descritos permitem realizar o conjunto de peças apresentado.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,75**	A linguagem popular e os formatos favorecem acesso. A compatibilidade é elevada, com limitação nos textos de apoio menores e na quantidade de informação concentrada no folheto recortado.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**15,25**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,38**	A seleção dos meios parte de referências de consumo e recortes locais de rádio. O conhecimento é muito consistente, com aproximações declaradas para públicos e conectividade.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**1,88**	A análise separa impressões, visualizações e cliques e reconhece incertezas. O atendimento é substancial porque o alcance combinado depende de uma hipótese de sobreposição não validada.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**1,63**	As entregas são identificáveis e o cronograma relativo é compreensível. A correspondência entre peças e distribuição fica limitada por divergências de localidades dos painéis e de duração dos spots regionalizados.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**2,00**	Os ambientes próprios cumprem função coerente de continuidade. O aproveitamento é consistente, mas a entrega é menos verificável porque não integra o quadro simulado de distribuição.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**2,00**	Os recursos estão identificados e há reaproveitamento de peças. A economicidade é consistente, mas o peso de suportes de custo elevado recebe defesa mais qualitativa que comparativa.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,25**	O mix contempla jornadas e territórios com funções complementares. A otimização é alta, com menor definição dos itinerários finais dos ônibus que sustentarão parte da cobertura regional.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,13**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**49,43**	

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.1 - Raciocínio Básico			
9.2.1.1, a) Acuidade de compreensão das funções e do papel da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	3,00	**2,25**	Distingue legislar, fiscalizar e representar da execução de serviços. Os contextos político e social são mais desenvolvidos que a dimensão econômica e orçamentária.
9.2.1.1, b) Acuidade de compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Assembleia Legislativa com seus públicos.	3,00	**2,70**	Diferencia relações mediadas, diretas e educativas e identifica a tensão entre escala e proximidade. Algumas conclusões sobre a qualidade dos canais são mais afirmadas que demonstradas.
9.2.1.1, c) Acuidade de compreensão das características da Assembleia Legislativa e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3,00	**2,70**	Relaciona comissões, demandas, Ouvidoria, educação cidadã e canais próprios a oportunidades de tradução institucional. A leitura de parte dos ativos depende de inferências sobre sua comunicação atual.
9.2.1.1, d) Acuidade de compreensão sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.	3,00	**2,25**	Compreende a campanha institucional estadual e seus limites de impessoalidade. A natureza e a extensão dos serviços contratados ficam menos delimitadas que as necessidades da campanha.
9.2.1.1, e) Acuidade de compreensão do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Assembleia Legislativa.	3,00	**3,00**	Define com precisão os problemas de tradução, reconhecimento, presença territorial e acesso aos canais, distinguindo a relevância real da percepção do cidadão.
Subtotal - Raciocínio Básico	**15,00**	**12,90**	
9.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária			
9.2.1.2, a) Adequação do partido temático e do conceito recomendados aos propósitos e ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	3,00	**1,50**	O partido de revelação da contribuição legislativa é pertinente. A expressão escolhida admite leitura de interferência ou favorecimento e enfraquece o reposicionamento institucional pretendido.
9.2.1.2, b) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito recomendados.	3,00	**0,75**	A defesa afirma ausência de ambiguidade sem enfrentar interpretações desfavoráveis da expressão. Essa lacuna grave compromete a sustentação do conceito, apesar da explicação de participação coletiva.
9.2.1.2, c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito recomendado para a comunicação com seus públicos.	2,00	**2,00**	A matriz de participação legislativa admite desdobramentos por saúde, educação, direitos, produção, funções e territórios, com ampla variedade de conteúdos positivos para os públicos.
9.2.1.2, d) Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária para a solução do desafio de comunicação.	2,00	**1,00**	A sequência de revelação, explicação e convite é executável. A solução permanece parcial na passagem entre referências cotidianas e evidências legislativas, cuja seleção concreta é transferida à execução.
9.2.1.2, e) Consistência lógica e pertinência da argumentação em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	3,00	**2,25**	A defesa relaciona revelação, explicação e convite a uma jornada de informação e participação. O encadeamento é substancial, com menor explicitação de como cada conteúdo comprovará a contribuição institucional.
9.2.1.2, f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a Assembleia Legislativa, seu mercado, desafio de comunicação, públicos, resultados e metas desejados e verba disponível.	2,00	**1,50**	Articula públicos, territórios, meios e recursos com metas de exposição. As metas de mudança de percepção dependem de pesquisa anunciada sem custo específico demonstrado.
Subtotal - Estratégia de Comunicação Publicitária	**15,00**	**9,00**	
9.2.1.3 - Ideia Criativa			
9.2.1.3, a) Adequação da ideia criativa ao desafio de comunicação da Assembleia Legislativa.	2,00	**1,00**	O cotidiano e a referência às competências aproximam o tema. As associações amplas entre paisagens, benefícios e instituição demonstram pouco o percurso entre atuação legislativa e efeito concreto.
9.2.1.3, b) Adequação da ideia criativa à estratégia de comunicação publicitária sugerida.	2,00	**2,00**	O dedo gráfico, os personagens, as molduras e a repetição da assinatura concretizam integralmente o conceito e o mecanismo de revelação previstos na estratégia.
9.2.1.3, c) Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	2,00	**1,50**	Feiras, agricultura, praia, cultura e personagens populares oferecem reconhecimento cultural. A padronização do ícone e dos enquadramentos reduz a diferenciação dos repertórios regionais.

Concorrência: Presencial nº 001/2026 - Assembleia Legislativa do Estado de Sergipe

Mote da campanha: ONDE TEM SERGIPE TEM O DEDO DA ALESE

Avaliador: ANDREZA FERREIRA FRANÇA FEITOSA

Item / atributo do edital	Pontuação máxima	Nota final	Justificativa sucinta e fundamentada
9.2.1.3, d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que a ideia criativa comporta.	2,00	**0,50**	A leitura de contribuição positiva existe, mas concorre com sentidos de ingerência, favorecimento e duplo sentido. A multiplicidade favorável fica gravemente limitada.
9.2.1.3, e) Originalidade da combinação dos elementos que constituem a ideia criativa.	2,00	**1,75**	A moldura vazada, o recorte do folheto e a escala dos personagens compõem uma combinação diferenciada. O ícone de mão utiliza repertório visual difundido.
9.2.1.3, f) Simplicidade da forma sob a qual a ideia criativa se apresenta.	2,00	**1,75**	A assinatura curta e o ícone favorecem reconhecimento imediato. A soma de personagens ampliados, cenários, moldura, marca e chamadas aumenta a carga visual de parte das aplicações.
9.2.1.3, g) Pertinência aos propósitos e à inserção da Assembleia Legislativa nos contextos social, político e econômico.	2,00	**1,00**	Os temas sociais e econômicos são pertinentes, mas relações genéricas de benefício e a referência ao presidente no roteiro enfraquecem a precisão e o foco coletivo defendidos.
9.2.1.3, h) Desdobramentos comunicativos ensejados, conforme demonstrado nos exemplos de peças e material apresentados.	2,00	**1,75**	Os exemplos mostram aplicação audiovisual. exterior, moldura, display e folheto. A expansão de formatos é efetiva, mas predomina a repetição do mesmo mecanismo de indicação.
9.2.1.3, i) Exequibilidade das peças e do material.	2,00	**2,00**	Os custos contemplam estrutura especial, instalação, licenças, responsabilidade técnica, manutenção e retirada. Os procedimentos e as dimensões demonstram exequibilidade material das peças.
9.2.1.3, j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e no material com os meios e os públicos propostos.	2,00	**1,50**	A oralidade e o ícone são reconhecíveis nos diferentes meios. A densidade do texto no folheto e a redução dos trechos informativos nos banners limitam a legibilidade de parte do conteúdo.
Subtotal - Ideia Criativa	**20,00**	**14,75**	
9.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia			
9.2.1.4, a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	2,50	**2,25**	Considera consumo audiovisual, rádio, mobilidade, conectividade e diferenças territoriais, reconhecendo limites dos universos de pesquisa. Parte dos hábitos locais permanece estimada.
9.2.1.4, b) Capacidade analítica evidenciada no exame dos hábitos de consumo de comunicação.	2,50	**2,13**	Distingue métricas e explicita premissas de deduplicação. A estimativa de alcance depende de uma sobreposição arbitrada de cinquenta por cento, sem demonstração local correspondente.
9.2.1.4, c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e do material em relação aos hábitos de consumo e à análise desses hábitos.	2,50	**1,50**	A simulação discrimina custos e quantidades. A distribuição perde consistência pelas localidades divergentes dos painéis especiais e pela diferença entre a duração descrita e a orçada para os spots municipais.
9.2.1.4, d) Pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos de comunicação próprios da Assembleia Legislativa.	2,50	**1,88**	O uso de portal, TV, rádio e redes é pertinente e sem compra de espaço. A exclusão desses canais da simulação reduz a demonstração de quantidades e períodos de distribuição.
9.2.1.4, e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e do material.	2,50	**1,88**	O orçamento discrimina meios e produção e permanece no teto. A comparação de eficiência é menos desenvolvida para compras exteriores de maior peso e ações especiais.
9.2.1.4, f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2,50	**2,50**	Integra massa, rádio local, itinerários intermunicipais, feiras e digital com cotas territoriais, distinguindo funções e preservando os diferentes tipos de entrega.
Subtotal - Estratégia de Mídia e Não Mídia	**15,00**	**12,13**	
TOTAL DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	**65,00**	**48,78**	