ATA DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA – CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026

Reuniram-se os membros da Subcomissão Técnica designada para proceder à análise e ao julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência nº 90001/2026, destinada à contratação de serviços de comunicação institucional para o Ministério do Trabalho e Emprego – MTE.

A Subcomissão Técnica realizou seus trabalhos em reuniões sucessivas, no período de 08 de junho a 01 de setembro de 2026, para análise dos Invólucros nº 2 – Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, encaminhados pela Comissão de Contratação.

Os trabalhos tiveram início com a abertura e análise da primeira proposta técnica não identificada, seguindo-se, sucessivamente, a abertura, análise e conclusão das propostas subsequentes. As cinco primeiras propostas foram avaliadas integralmente, com base nos quesitos e subquesitos estabelecidos no Edital e no Apêndice II do Anexo I, sendo atribuídas as respectivas pontuações e elaboradas as correspondentes justificativas técnicas, sem ocorrências que demandassem registro específico.

Na abertura da sexta proposta técnica, registrou-se que a documentação foi apresentada acompanhada de 3 (três) pen drives, os quais foram considerados no prosseguimento da análise, observadas as disposições do Edital e do Apêndice II do Anexo I. A proposta foi posteriormente analisada integralmente, com a consolidação da respectiva avaliação técnica.

Na abertura da sétima proposta técnica, foi constatada ocorrência que demandou registro específico: a apresentação de encadernação com capa e contracapa plastificadas. A forma de apresentação diverge expressamente da exigência estabelecida no subitem 1.2, alínea "b", do Apêndice II do Anexo I do Edital, segundo a qual a capa e a contracapa devem ser confeccionadas em papel A4, branco, com 75 g/m^2, ambas em branco.

Trata-se, portanto, de desconformidade objetiva em relação à forma de apresentação expressamente estabelecida no instrumento convocatório. Concluída a análise da sétima proposta, a Subcomissão Técnica, após apreciação da desconformidade constatada e de seus efeitos no âmbito do julgamento, entendeu que o descumprimento da exigência prevista no subitem 1.2, alínea "b", do Apêndice II do Anexo I do Edital compromete a conformidade formal da proposta com as condições estabelecidas no instrumento convocatório. Dessa forma, esta Subcomissão Técnica indica a desclassificação da sétima proposta técnica, em razão da desconformidade expressamente constatada e registrada nesta Ata.

Durante todo o processo, as propostas foram analisadas de forma individualizada, com fundamento nos critérios e subcritérios estabelecidos no Edital, assegurando-

se a uniformidade dos procedimentos, a isonomia entre as licitantes, o julgamento objetivo e a preservação do sigilo próprio desta fase do certame.

Concluídas as análises, foram revisadas as justificativas técnicas e as planilhas de pontuação, com o objetivo de verificar a coerência entre os fundamentos registrados e as pontuações atribuídas, para posterior encaminhamento à Comissão de Contratação.

Nada mais havendo a tratar, foram encerrados os trabalhos da Subcomissão Técnica, sendo a presente Ata lavrada para registrar as atividades realizadas, as análises efetuadas e as deliberações adotadas no julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência nº 90001/2026.

Após sua leitura e aprovação pelos membros da Subcomissão Técnica, a presente Ata segue para assinatura eletrônica, para que produza os efeitos administrativos pertinentes.

Brasília/DF, 01 de setembro de 2026.

gov.br Documento assinado digitalmente
LARISSA GUEDES MENEZES
Data: 01/09/2026 21:21:01-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Larissa Guedes Menezes.

CPF: 053.645.015-31

gov.br Documento assinado digitalmente
LUCIANA OTTONI CAMPOS
Data: 01/09/2026 17:54:18-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Luciana Ottoni Campos.

CPF: 826.846.591-72

gov.br Documento assinado digitalmente
RODRIGO DE CARVALHO SERPA
Data: 01/09/2026 17:27:22-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Rodrigo de Carvalho Serpa

CPF: 020.169.811-05

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	1	Conceito	**"No calor do trabalho, o estresse térmico afeta a sua saúde. Proteger quem trabalha é um compromisso de todos."**	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	**MÉDIA**	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	3,40	3,50	3,80	**3,57**	A licitante cumpre parcialmente ao subquesito: Concentrou-se em informações e referências de campanhas já realizadas, com limitada abordagem dos desafios e objetivos específicos definidos no briefing, comprometendo a aderência ao problema de comunicação apresentado. Apresentou leitura abrangente do cenário e dos públicos envolvidos, identificando segmentos complementares. Também, apresentou proposições que extrapolam o contexto e as atribuições institucionais descritas, reduzindo a consistência do raciocínio apresentado.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	18,00	17,00	20,00	**18,33**	A licitante cumpre parcialmente ao subquesito. A estratégia apresentada prioriza aspectos relacionados à atuação e postura dos porta-vozes, com menor detalhamento das ações e conteúdos necessários ao enfrentamento do desafio de comunicação proposto. Adicionalmente, parte das soluções apresentadas não demonstra, de forma suficiente, sua aplicabilidade no contexto descrito no briefing, reduzindo a consistência estratégica da proposta.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	12,00	12,00	14,00	**12,67**	A licitante cumpre parcialmente ao subquesito. A descrição das ações e dos materiais de comunicação foi apresentada de forma genérica, com limitado detalhamento de conteúdo para enfrentamento do desafio e alcance dos objetivos de comunicação definidos no briefing. Observa-se, ainda, inadequação da previsão de media training na etapa de consolidação e legado da campanha. Vídeo Release 1: A peça apresenta limitações técnicas de edição, com transições abruptas que comprometem a fluidez narrativa. O conteúdo demonstra baixa capacidade de engajamento para abertura da campanha e reduzida aderência aos objetivos de comunicação propostos. Adicionalmente, a utilização da identidade visual da SIT reduz o protagonismo institucional do MTE previsto na estratégia apresentada. Vídeo Release 2: Não foi possível realizar a análise da peça, em razão da impossibilidade de abertura do arquivo após três tentativas realizadas em equipamentos distintos. Cartilha: A peça apresenta aderência parcial à proposta, não contemplando os recursos de direcionamento para conteúdos regionais e aplicativos previstos, exceto pelo QR Code vinculado ao monitor IBUTG. O excesso de elementos visuais e a baixa harmonização gráfica prejudicam a atratividade e a unidade visual do material. A utilização da identidade visual da SIT reduz o protagonismo institucional do MTE previsto na estratégia apresentada. Jogo de Tabuleiro: A peça demonstra adequação ao público proposto, com linguagem clara, boa organização visual e compreensão facilitada do conteúdo. Contudo, a utilização da identidade visual da SIT reduz o protagonismo institucional do MTE previsto na estratégia apresentada.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	11,00	11,00	12,00	**11,33**	A licitante cumpre parcialmente ao subquesito. O cronograma apresentado não associa de forma clara as ações previstas aos respectivos públicos estratégicos, dificultando a compreensão da segmentação e da adequação das iniciativas aos objetivos de comunicação definidos no briefing.
TOTAIS	75,00	44,40	43,50	49,80	**45,90**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	2	Conceito	**"O CALOR NÃO ESPERA. A PREVENÇÃO TAMBÉM NÃO PODE ESPERAR."**	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	**MÉDIA**	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,70	4,60	4,80	**4,70**	A proposta demonstra domínio da estratégia, com análise SWOT adequada e coerente ao briefing. Apresenta pertinência na definição dos públicos e na relação entre os formatos e as entregas de conteúdo estratégico, atendendo de forma consistente aos objetivos propostos. No conjunto, cumpre quase integralmente os requisitos do quesito.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	19,00	18,00	21,50	**19,50**	A proposta apresenta segmentação adequada dos públicos, definição clara dos canais e articulação consistente entre estratégias e objetivos. Contudo, há dúvidas quanto à exequibilidade de algumas ações, especialmente das entradas de rádio e das metas propostas, além da ausência de landing page para o evento e de estratégias para alcançar todos os públicos mencionados. Cumpre quase integralmente o quesito.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	22,00	20,00	24,00	**22,00**	Cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. O conjunto das peças apresenta coerência visual e alinhamento à proposta de comunicação, porém algumas soluções comprometem a adequação e a efetividade da estratégia apresentada. Peça 1 – Roteiro de Media Training: apresenta boa organização, identidade visual consistente e conteúdo pertinente ao objetivo da peça. Contudo, a utilização de tipografia em tamanho reduzido em alguns trechos compromete a legibilidade. Peça 2 – Projeto Editorial da Cartilha: possui boa diagramação e identidade visual compatível com a campanha. Entretanto, o conteúdo apresenta repetições e, em alguns momentos, demonstra baixa aderência aos objetivos específicos da peça. Peça 3 – Pauta para Imprensa: mantém a identidade visual da campanha e apresenta estrutura adequada. No entanto, o texto é excessivamente extenso para o formato proposto, reduzindo a objetividade e o potencial de atratividade da pauta. Peça 4 – Vídeo Release: preserva a identidade visual da campanha, porém o excesso de elementos gráficos em movimento e a velocidade das transições comprometem a clareza da mensagem e dificultam a assimilação do conteúdo. Peça 5 – Spot de Rádio: a proposta apresenta duração aproximada de três minutos, superior ao formato habitualmente empregado para esse tipo de mídia, comprometendo sua adequação ao meio e sua efetividade comunicacional. Além disso, a proposta menciona a utilização do spot, mas não explicita de forma suficiente a estratégia de veiculação.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	11,00	10,00	10,00	**10,33**	Cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. O cronograma e a estimativa orçamentária apresentam-se compatíveis com a proposta. Entretanto, a metodologia dedica espaço excessivo à descrição dos Barcelona Principles 3.0, em detrimento do detalhamento da execução das ações previstas para a campanha. A proposta volta a indicar o spot de rádio como peça relevante da estratégia, sem apresentar de forma suficiente a estratégia de veiculação e sem considerar que a duração proposta reduz sua adequação ao formato radiofônico. Observa-se, ainda, que os prazos previstos para aprovação dos materiais são reduzidos frente à complexidade das entregas, podendo comprometer a execução das atividades. Além disso, foram identificadas inconsistências no orçamento e na relação temporal entre algumas ações previstas no cronograma, prejudicando a demonstração da sequência lógica de implementação da estratégia.
TOTAIS	75,00	56,70	52,60	60,30	**56,53**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	3	Conceito	" CALOR EXPLODIU, O CORPO SENTIU. COM CINCO CUIDADOS A SAÚDE RESISTIU."	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	**MÉDIA**	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,20	4,00	4,20	**4,13**	A licitante cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. A proposta demonstra compreensão parcial do desafio de comunicação e dos objetivos estabelecidos no briefing, abordando os principais aspectos de forma superficial. Embora contemple os elementos essenciais, deixa de aprofundar pontos relevantes para a adequada caracterização do problema de comunicação e para a contextualização dos objetivos propostos, reduzindo a consistência da análise apresentada e o atendimento integral aos critérios de avaliação do edital.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	12,00	11,00	13,00	**12,00**	A licitante não atende aos requisitos do subquesito. A proposta apresenta inconsistências entre o conceito criativo, a estratégia de comunicação e a metodologia adotada, comprometendo a unidade e a coerência da solução apresentada. Observam-se contradições entre os elementos conceituais e sua aplicação ao longo da proposta, o que prejudica a construção de uma narrativa integrada e alinhada aos objetivos estabelecidos no briefing. Em determinados trechos, a abordagem simplifica excessivamente o tratamento do tema, sem demonstrar a profundidade necessária para o público-alvo previsto. Além disso, a proposta desenvolve de forma superficial aspectos essenciais da campanha, deixando de apresentar com clareza o conceito e a estratégia de comunicação institucional, o que compromete o atendimento aos requisitos técnicos do subquesito.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	11,00	11,00	13,00	**11,67**	Cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. A proposta apresenta desenvolvimento excessivamente prolixo das ações, com repetição de informações que compromete a objetividade e dificulta a compreensão da estratégia apresentada. Observam-se fragilidades na coesão e na articulação entre os conteúdos, resultando em perda de clareza e consistência da narrativa. Além disso, a proposta deixa de contemplar integralmente aspectos requeridos no edital para este subquesito. Peça 1 – Infográfico: apresenta qualidade gráfica limitada, com repetição de informações e conteúdo pouco adequado aos objetivos da peça. Peça 2 – Vídeo Depoimento ("Quem Trabalha no Calor"): possui edição tecnicamente satisfatória, porém o conteúdo desenvolvido demonstra baixa aderência aos objetivos de comunicação propostos, comprometendo a efetividade da mensagem. Peça 3 – Vídeo Release: apresenta solução de comunicação com baixa adequação ao formato e aos objetivos da peça, reduzindo sua capacidade de transmitir a mensagem de forma clara e efetiva. Peça 4 – Roteiro de Media Training: aborda conteúdo pertinente ao tema, entretanto a diagramação, os elementos gráficos e o excesso de informações comprometem a organização visual e a objetividade do material. Peça 5 – Infográfico Animado: apresenta excesso de elementos cromáticos e velocidade elevada nas transições, fatores que prejudicam a legibilidade, a assimilação das informações e a efetividade da comunicação.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	8,00	8,00	8,00	**8,00**	Cumpre parcialmente o quesito. O Plano de Implementação apresenta desenvolvimento textual redundante e, em alguns trechos, incompatível com a ideia central da campanha, ao adotar abordagem alarmista, comprometendo a coerência entre a estratégia proposta e sua execução. No cronograma, a etapa de produção está prevista durante o período de veiculação da campanha, evidenciando inadequação no planejamento temporal e reduzindo o potencial de alcance e impacto das ações de comunicação. A licitante também demonstra inconsistencias no orçamento apresentado.
TOTAIS	75,00	35,20	34,00	38,20	**35,80**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	4	Conceito	"CALOR NO TRABALHO TEM LIMITE. IGNORAR TEM CONSEQUENCIAS. CANPAT 2026. PREVENÇÃO AO ESTRESSE TÉRMICO E TRANSIÇÃO JUSTA. "	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	**MÉDIA**	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,40	4,00	4,50	**4,30**	Cumpre quase totalmente os subquesitos. A proposta demonstra adequada compreensão do problema de comunicação e do diagnóstico apresentado no briefing. Contudo, evidencia inconsistências pontuais que comprometem a aderência integral ao contexto institucional, ao fazer referência a rede social que não integra os canais oficiais de comunicação do Ministério do Trabalho e Emprego, indicando insuficiente alinhamento com o ambiente de comunicação do órgão.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	17,00	16,00	17,00	**16,67**	Cumpre parcialmente o quesito. A estratégia de comunicação apresenta recomendações pouco claras, com fragilidades na organização das ideias, comprometendo a coesão e a consistência da proposta. Observam-se, ainda, sugestões de utilização de mecanismos de engajamento para redes sociais com limitada aderência às práticas atuais da comunicação digital, a exemplo do uso de hashtags. A proposta também sugere a utilização de programas de rádio como canal de divulgação, porém não demonstra de forma suficiente a viabilidade dessa estratégia, uma vez que sua implementação dependeria da eventual celebração de parcerias, o que reduz a consistência da solução apresentada. Além disso, a proposta adota abordagem predominantemente negativa em relação ao empregador, em desacordo com o equilíbrio esperado para a comunicação institucional, e atribui às Secretarias de Educação a condição de canal próprio de comunicação, demonstrando inadequada compreensão da estrutura institucional e dos canais efetivamente disponíveis para a execução da estratégia.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	18,00	16,00	19,00	**17,67**	Cumpre parcialmente o subquesito. A solução apresenta inconsistências de aderência ao briefing e à estratégia, com compreensão imprecisa do papel institucional dos atores envolvidos, conferindo protagonismo excessivo ao MPT, à OIT e à SIT em detrimento do MTE. Também fundamenta parte das ações em eventuais parcerias com Secretarias de Educação, sem demonstrar sua viabilidade, e apresenta reduzida produção de materiais, limitando a abrangência e a capilaridade da comunicação. A proposta de jogo de tabuleiro, embora pertinente, não está contemplada no orçamento, comprometendo sua exequibilidade. Peça 1 – Release em PDF: extensão excessiva e inadequação ao formato, comprometendo objetividade e efetividade. Peça 2 – Cartilha Educativa: excesso de conteúdo textual e diagramação pouco adequada, comprometendo legibilidade e atratividade, além de reduzir o protagonismo institucional do MTE. Peça 3 – Programa de Rádio "Pausa Boa": duração excessiva, locução lenta e regionalização pouco justificada para uma campanha de alcance nacional. Peça 4 – Media Training: formato incompatível com a finalidade, com conteúdo fragmentado e diagramação que compromete sua utilização. Peça 5 – Vídeo Depoimento: relato real confere autenticidade à peça, porém há limitações técnicas de captação e trilha sonora, além da ausência de recursos de acessibilidade previstos na própria proposta.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	9,00	9,00	10,00	**9,33**	Cumpre parcialmente o subquesito. O Plano de Implementação apresenta inconsistências entre as ações previstas e sua execução, ao informar a produção de todos os materiais, embora parte deles não esteja contemplada no orçamento. Também afirma que o vídeo possui recursos de acessibilidade, incluindo Libras, o que não se verifica na peça apresentada. A proposta prevê ações cuja execução depende de parcerias não demonstradas, como a utilização de canal do MPT, além de apresentar custo para vídeo internacional sem justificativa técnica suficiente. O cronograma prevê a etapa de produção durante o período de veiculação da campanha, comprometendo a adequação do planejamento. O orçamento mostra-se deficitário, prejudicando o entendimento, ressaltando as inconsistências identificadas.
TOTAIS	75,00	48,40	45,00	50,50	**47,97**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	5	Conceito	" O CLIMA MUDOU. O TRABALHO PRECISA MUDAR JUNTO."	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	4,80	4,95	4,60	**4,78**	Cumpre quase integralmente os requisitos do quesito. A proposta demonstra consistente compreensão do problema de comunicação, do desafio e dos objetivos estabelecidos no briefing, evidenciando adequada contextualização do cenário apresentado. Apresenta pertinente identificação dos públicos de interesse e adequada relação entre suas características e as necessidades de comunicação, demonstrando raciocínio lógico e alinhamento com os objetivos propostos. No conjunto, atende de forma consistente aos requisitos previstos para o quesito.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	24,00	25,00	23,00	**24,00**	Cumpre quase integralmente os requisitos do quesito. A proposta apresenta estratégia de comunicação consistente, coerente com o problema de comunicação e os objetivos estabelecidos no briefing, demonstrando adequada apropriação das soluções propostas. Destaca-se a utilização de estudo da Fundacentro como elemento de fundamentação da estratégia, conferindo maior consistência técnica às ações previstas. A proposta também identifica de forma pertinente os canais de mídia e prevê articulação com outros órgãos da Esplanada dos Ministérios, contribuindo para ampliar o alcance e a integração das ações de comunicação. No conjunto, a estratégia atende de forma consistente aos requisitos do quesito, apresentando apenas limitações pontuais que justificam a pontuação atribuída.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	25,00	26,00	23,00	**24,67**	Cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. O conjunto das peças apresenta coerência visual e alinhamento com a proposta de comunicação. Entretanto, foram identificadas limitações que comprometem a adequação de algumas soluções e a efetividade da estratégia apresentada. Peça 1 – Vídeo Reportagem Manifesto: apresenta conteúdo compatível com a proposta, porém a ausência de trilha e de ambientação sonora reduz o potencial comunicativo da peça. A edição demonstra limitações técnicas, a tela de informações apresenta excesso de elementos, comprometendo a clareza da mensagem, e não foram contemplados recursos de acessibilidade. Peça 2 – Convite via WhatsApp: atende ao objetivo proposto, apresentando linguagem e formato adequados ao canal de comunicação. Peça 3 – Vídeo "O Corpo Avisa": embora alinhado à proposta, a ausência de trilha e de ambientação sonora, associada às limitações de edição, reduz a efetividade da comunicação. Além disso, as frequentes alterações de tipografia e a elevada velocidade das transições comprometem a legibilidade das informações. Peça 4 – E-book: apresenta conteúdo pertinente, porém o formato demonstra aderência limitada às características e ao perfil do público-alvo previsto para a campanha, reduzindo seu potencial de engajamento. Peça 5 – Apresentação: apresenta conteúdo excessivamente extenso, com ocorrência de erros de digitação. O uso intenso de elementos cromáticos compromete a organização visual e suscita dúvidas quanto à aplicabilidade e usabilidade da peça para a finalidade proposta.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	14,00	15,00	13,00	**14,00**	Cumpre quase integralmente os requisitos do subquesito. A proposta apresenta Plano de Implementação consistente, contemplando de forma adequada os subquesitos avaliados e demonstrando coerência entre as ações, os recursos previstos e sua execução. No conjunto, atende de forma satisfatória aos requisitos do Plano de Implementação.
TOTAIS	75,00	67,80	70,95	63,60	**67,45**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	6	Conceito	" O SOL NÃO É IGUAL PARA TODOS"	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	MÉDIA	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,80	2,65	3,00	**2,82**	Cumpre parcialmente os requisitos dos subquesitos. A proposta apresenta compreensão parcial do contexto e do problema de comunicação, porém caracteriza a CANPAT como um dos principais instrumentos de comunicação institucional do MTE, sem fundamentação suficiente para essa afirmação. A abordagem das Superintendências Regionais do Trabalho como público de interesse também é superficial, sem aprofundar adequadamente seu papel e sua relação com o desafio de comunicação apresentado. De modo geral, o raciocínio básico é desenvolvido de forma excessivamente resumida, deixando de aprofundar informações relevantes para demonstrar compreensão consistente do diagnóstico, dos públicos e do contexto institucional.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	11,00	11,00	11,00	**11,00**	Cumpre parcialmente os requisitos dos subquesitos. O conceito apresentado mostra-se pouco consistente como elemento de comunicação e não traduz de forma clara a proposta estratégica. A estratégia é apresentada de maneira pouco clara e com reduzido detalhamento, dificultando a compreensão de sua lógica, de sua aplicação e de sua capacidade de contribuir para o alcance dos objetivos de comunicação. A excessiva síntese adotada ao longo da proposta também limita a demonstração da estratégia e de seus desdobramentos. Observa-se, ainda, atribuição de elevada relevância à participação da SIT, SPT e Fundacentro, bem como a possíveis parcerias com o MEC e a SECOM, utilizando essas articulações como base para parte significativa das entregas previstas, sem demonstrar de forma suficiente a viabilidade ou a efetiva disponibilidade dessas parcerias.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	18,00	18,00	19,00	**18,33**	Cumpre parcialmente os requisitos do quesito. A relação das peças apresenta repetição de informações e prevê a utilização de diversos kits, sem detalhar suficientemente a estratégia de distribuição e sua operacionalização. No conjunto, observam-se limitações de coerência e fluidez entre as peças, além de aspectos de execução que comprometem a clareza e a efetividade da comunicação. Peça 1 – Vídeo de abertura da Campanha: apresenta boa transição entre cenas e execução técnica adequada, com sonorização consistente. Entretanto, a assinatura final, sobreposta ao texto, compromete a legibilidade das informações. Peça 2 – Vídeo explicativo de linguagem popular: apresenta conteúdo com falas pouco articuladas e alteração da trilha sonora que interfere na continuidade da peça. A assinatura final, com sobreposição de texto, também prejudica a leitura. Peça 3 – Cartilha do trabalhador exposto ao calor: apresenta limitações de diagramação, com utilização de fontes em tamanho reduzido, comprometendo a legibilidade. Observa-se ainda pouca fluidez na relação com as demais peças e o uso de saturação elevada da imagem como recurso para representar o calor, com resultado visual pouco efetivo. Peça 4 – Programete de rádio / áudio realese: apresenta formato excessivamente grande em relação à finalidade proposta, comprometendo sua adequação ao uso previsto. Não apresenta assinatura institucional ao final. Peça 5 – Infografico Interativo: apresenta limitações de diagramação, com uso de cores intensas e excesso de elementos visuais, além de fontes em tamanho reduzido, comprometendo a legibilidade. Assim como na Peça 3, observa-se pouca fluidez com as demais peças e uso de saturação elevada da imagem para representar o calor, com resultado visual pouco efetivo.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	12,00	11,00	12,00	**11,67**	Cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. O Plano de Implementação prevê recursos orçamentários destinados à produção de material com acessibilidade em Libras; contudo, o respectivo material não foi apresentado na proposta, comprometendo a consistência entre as entregas previstas e os custos orçados.
TOTAIS	75,00	43,80	42,65	45,00	**43,82**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº	7	Conceito	"O CLIMA MUDOU. A PROTEÇÃO AO TRABALHADOR TAMBÉM PRECISA MUDAR."	PERÍODO: 30/03 a 06/04

QUESITO 1: Plano de Comunicação Institucional	PONTUAÇÃO MÁXIMA	NOTAS SUBCOMISSÃO				JUSTIFICATIVAS
		AV1	AV2	AV3	**MÉDIA**	
1.1 - Raciocínio Básico	5,00	2,50	2,50	2,70	**2,57**	Cumpre parcialmente os requisitos dos subquesitos. A proposta apresenta diagnóstico superficial, com informações pouco aprofundadas e problemas de conexão e coerência entre as ideias. Traz nomenclaturas inadequadas de sistemas, demonstrando compreensão insuficiente de aspectos institucionais, e sugere o uso do Flickr de forma pouco aderente à finalidade da ferramenta. A abordagem sobre a imprensa também se mostra contraditória e pouco fundamentada. No conjunto, deixa de aprofundar adequadamente os desafios e objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.
1.2 - Estratégia de Comunicação Institucional	25,00	10,00	11,00	12,00	**11,00**	Cumpre parcialmente os requisitos dos subquesitos. A estratégia é apresentada de forma excessivamente resumida, sem informações e justificativas suficientes para permitir a compreensão de sua aplicação e dos fundamentos das proposições apresentadas. A previsão de cinco lançamentos regionais simultâneos ao lançamento nacional também se mostra inadequada, por potencialmente dispersar a atenção e reduzir o protagonismo do lançamento nacional. No conjunto, a insuficiência de detalhamento e de fundamentação dificulta a compreensão da estratégia proposta.
1.3 - Solução de Comunicação Institucional	30,00	13,00	13,00	14,00	**13,33**	Cumpre parcialmente os requisitos do quesito. A proposta apresenta fragilidades de clareza, priorização e aderência aos públicos prioritários, com destaque excessivo ao LinkedIn, concentração de esforços no público interno e previsão de seis coletivas de imprensa no mesmo dia do lançamento da CANPAT, potencialmente dispersando o protagonismo do evento. O banco de imagens apresenta custo elevado em relação à contribuição para os objetivos da campanha, enquanto a produção de vídeo em Turim mostra justificativa limitada diante da existência de representação da OIT em Brasília. Peça 1 – Media Training: apresenta formato e diagramação adequados à finalidade proposta. Peça 2 – Carrossel: apresenta excesso de telas, textos e elementos de diagramação, comprometendo a legibilidade e a compreensão, além de linguagem pouco clara e insuficientemente adequada às necessidades de acessibilidade. Peça 3 – Projeto Editorial para o LinkedIn: concentra esforços na criação e manutenção do canal, sem demonstrar aderência suficiente ao público prioritário da campanha. Peça 4 – Sonora para Rádio: apresenta locução lenta e duração excessiva, além de insuficiente caracterização da identidade institucional do MTE e ausência de assinatura final do Ministério. Peça 5 – Vídeo: apresenta duração excessiva, erros de concordância e formato pouco adequado à finalidade, além de imagens com baixa aderência ao conteúdo e aos objetivos da peça.
1.4 - Plano de Implementação	15,00	4,00	4,50	4,50	**4,33**	Cumpre parcialmente os requisitos do subquesito. O cronograma apresenta a produção de materiais em período muito próximo ao lançamento da campanha, reduzindo a margem para eventuais ajustes e aprovações e, consequentemente, aumentando o risco de indisponibilidade ou inadequação dos materiais na data prevista. Além disso, não identifica os públicos correspondentes às ações, embora o edital determine que o cronograma contemple os respectivos públicos e períodos. Quanto ao orçamento, a proposta não apresenta os percentuais correspondentes aos investimentos, conforme expressamente requerido pelo edital. O detalhamento das ações e respectivos custos também é insuficiente, dificultando a compreensão da aplicação dos recursos e comprometendo a transparência e a clareza do planejamento orçamentário.
TOTAIS	75,00	29,50	31,00	33,20	**31,23**	

CONCORRÊNCIA Nº 01/2026 - MTE - PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

Nº Invólucro	Raciocínio Básico	Estratégia de Comunicação Institucional	Solução de Comunicação Institucional	Plano de Implementação	**Plano de Comunicação Digital**
1	3,57	18,33	12,67	11,33	**45,90**
2	4,70	19,50	22,00	10,33	**56,53**
3	4,13	12,00	11,67	8,00	**35,80**
4	4,30	16,67	17,67	9,33	**47,97**
5	4,78	24,00	24,67	14,00	**67,45**
6	2,82	11,00	18,33	11,67	**43,82**
7	2,57	11,00	13,33	4,33	**31,23**