



CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

ANEXO I: JULGAMENTO DA PROPOSTA Nº 1

“O RESPEITO FAZ PARTE DO TRATAMENTO”

A Subcomissão Técnica procedeu à análise individualizada da **Proposta nº 1** (“O respeito faz parte do tratamento”), relativamente ao quesito **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, observados os critérios objetivos estabelecidos no Edital da Concorrência nº 001/2026.

A proposta apresentou, entre os exemplos da Ideia Criativa, **1 (um) pen drive contendo 1 (um) spot**, considerado pelos membros da Subcomissão Técnica no respectivo julgamento.

1. RACIOCÍNIO BÁSICO – PONTUAÇÃO MÁXIMA: 5,0 PONTOS

O Edital distribui a pontuação do Raciocínio Básico entre os critérios de acuidade, pertinência e precisão, com máximos de 1,0, 2,0 e 2,0 pontos, respectivamente.

a) Acuidade – máximo de 1,0 ponto

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,0 PONTO.**
 - *A proposta demonstrou compreender o CRM-PR, com destaque para os conteúdos apresentados nos parágrafos 4, 6, 7, 8 e 9 e para a tabela comparativa das barreiras a serem vencidas, que evidenciam acuidade na análise.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,0 PONTO.**
 - *A análise mostrou-se de acordo com o proposto, apesar de certa prolixidade.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,0 PONTO.**
 - *Apresenta boa execução dos parágrafos 4, 6, 7, 8 e 9, com destaque para a adequada construção da tabela comparativa das barreiras a vencer.*

b) Pertinência – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,5 PONTO.**
 - *A proposta apresenta informações consistentes na tabela, coloca a experiência do médico no centro da análise, considera o alcance do público nos próprios estabelecimentos de saúde e tipifica as formas de violência. A abordagem, contudo, poderia apresentar maior aprofundamento dos aspectos relevantes identificados.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,5 PONTO.**
 - *Foram considerados positivos a especificação dos tipos de violência, a tradução da linguagem para a primeira pessoa e os dados críticos apresentados. Embora*

Jm 2025



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

pertinentes, os elementos poderiam ser aprofundados para caracterizar atendimento integral ao critério.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,3 PONTO.**

- *A tabela é consistente e qualifica adequadamente os tipos de violência, inclusive demonstrando que sete das nove situações apresentadas não envolvem violência física. Também foi considerada pertinente a presença da campanha nos locais de trabalho dos médicos e seu alcance no interior. A análise, entretanto, poderia avançar na exploração desses elementos, uma vez que o texto é bem extenso.*

c) Precisão – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A proposta alcança objetivamente aspectos relevantes do problema, considerando o público nos estabelecimentos de saúde e tipificando as formas de violência.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A proposta apresentou dados críticos importantes ao longo da estrutura do texto, demonstrando precisão na compreensão do desafio proposto.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *A proposta chega rapidamente ao objeto da campanha e apresenta as informações de forma objetiva. A redução da pontuação decorre da falta de maior precisão e detalhamento na análise apresentada.*

SUBTOTAL – RACIOCÍNIO BÁSICO	
MEMBRO 1	4,5
MEMBRO 2	4,5
MEMBRO 3	3,8
MÉDIA CONSOLIDADA	4,3 PONTOS

2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – PONTUAÇÃO MÁXIMA: 25,0 PONTOS

O Edital prevê seis critérios, relativos à adequação, consistência da argumentação, interpretações positivas, consistência técnica, capacidade de articulação e exequibilidade.

a) Adequação do partido temático e do conceito – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *A proposta apresenta consistência e adequação à visão institucional, ampliando o público contemplado na cobertura da campanha. A redução decorre da possibilidade de maior aderência e precisão no desenvolvimento do conceito perante o desafio proposto.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A proposta mostra-se adequada ao desafio e ocupa territórios de comunicação nos quais o problema ocorre. O atendimento ao critério, entretanto, não foi considerado integral.*



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A abordagem é consistente e empática, ampliando o público e acolhendo diferentes perfis. A redução da pontuação decorre da percepção de que o conceito, embora adequado, poderia estabelecer conexão mais direta e contundente com o problema específico da violência contra médicos.*

b) Consistência da argumentação – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *A proposta apresenta dados em tabela que sustentam sua estratégia de alcance e contempla diferentes públicos, inclusive usuários do SUS. A argumentação, contudo, poderia ser mais aprofundada para alcançar integralmente o critério.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A argumentação contempla adequadamente os usuários do SUS e sustenta o direcionamento estratégico proposto.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *As tabelas são bem executadas e apresentam os públicos de forma integrada. A argumentação, entretanto, poderia apresentar maior aprofundamento.*

c) Possibilidades de interpretações positivas – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A comunicação visual apresenta elementos estratégicos capazes de chamar a atenção, favorecendo interpretação positiva da proposta.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A interpretação do tema proposto mostrou-se positiva para a campanha.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *A campanha transmite empatia e respeito e evidencia os desafios enfrentados pelos profissionais. Contudo, o potencial de impacto da mensagem poderia ser ampliado.*

d) Consistência técnica – máximo de 7,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

- *A proposta apresenta distribuição adequada dos elementos e meios propostos. Como ressalva, a publicidade foi considerada de menor impacto.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 5,0 PONTOS.**

- *As tabelas foram consideradas muito bem elaboradas e a estratégia apresenta consistente detalhamento técnico. A ressalva decorre da opção por distribuir parcela relevante dos investimentos entre TV, rádio, mídia exterior e cinema, fazendo com que o digital, embora constitua o maior bloco isolado da mídia, não concentre a maior parte da verba.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 5,0 PONTOS.**

- *A proposta apresenta boa estrutura técnica e detalhamento dos meios. Mas, embora o digital constitua o maior bloco isolado da mídia, parcela majoritária da verba permanece distribuída entre meios tradicionais, aspecto considerado na atribuição da pontuação.*



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

e) Capacidade de articulação – máximo de 7,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 5,0 PONTOS.**
 - *A proposta demonstra capacidade de distribuição dos recursos. A articulação, entretanto, poderia alcançar maior impacto comunicacional.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 5,0 PONTOS.**
 - *A articulação foi exposta de forma detalhada. Contudo, faltou maior impacto à mensagem central, pois o conceito do respeito não evidencia, com a mesma intensidade, a imagem do problema da violência.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 5,5 PONTOS.**
 - *A proposta atende ao desafio e articula públicos, meios e recursos. Entretanto, a solução foi considerada de menor impacto comunicacional diante da gravidade do tema, o que justificou a redução da pontuação.*

f) Exequibilidade – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,5 PONTOS.**
 - *A estratégia é exequível. A questão pontual é a complexidade operacional de parte das ações físicas previstas em 20 praças, que envolvem distribuição, instalação, reposição de materiais e autorizações para utilização de determinados espaços.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,5 PONTOS.**
 - *A estratégia apresenta condições de execução. O porém é a amplitude da frente física proposta, envolvendo diferentes unidades, materiais e pontos de instalação, demanda relevante coordenação operacional e logística.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *A proposta é viável, embora a execução simultânea das ações físicas em múltiplas praças, unidades e espaços dependa de logística e autorizações que ampliam sua complexidade operacional.*

SUBTOTAL – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
MEMBRO 1	20,5
MEMBRO 2	19,5
MEMBRO 3	18,5
MÉDIA CONSOLIDADA	19,5 PONTOS

3. IDEIA CRIATIVA – PONTUAÇÃO MÁXIMA: 25,0 PONTOS

São avaliados sete critérios: alinhamento, pertinência, adequação das peças, compatibilidade, originalidade, clareza e precisão e exequibilidade.

a) Alinhamento da campanha – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *A campanha atende ao solicitado no Briefing e encontra-se alinhada à estratégia apresentada.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,5 PONTO.**

Jm *da S*



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmp.org.br | www.crmp.org.br

- *Parte das peças se distancia do tema central da violência, tornando mais evidente a sensação de cansaço do profissional.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A campanha encontra-se alinhada ao tema proposto.*

b) Pertinência da solução criativa – máximo de 4,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *A proposta apresenta solução criativa. Entretanto, o uso do médico associado à espera pelo atendimento introduz muitos elementos e reduz a objetividade da mensagem.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,5 PONTOS.**

- *A solução mostra-se pertinente. Contudo, poderia concentrar maior atenção no problema da violência, evitando deslocar o foco para a rotina profissional.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A ideia se distancia parcialmente do tema central ao concentrar-se no cansaço e na rotina do médico, e o relógio gera dispersão, reduzindo a objetividade da mensagem.*

c) Adequação das peças – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *Os formatos são adequados. Contudo, a mensagem se dispersa em razão da necessidade de atenção ao elemento do relógio.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A mensagem perde muita objetividade em razão da necessária conexão com o elemento temporal (relógio), o que fica cansativo.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *As peças apresentam excesso de informação, fazendo com que a mensagem fique prolixa e pouco objetiva.*

d) Compatibilidade das peças – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *As peças são formalmente compatíveis com os meios propostos. Contudo, determinadas soluções exploram de forma limitada as potencialidades específicas dos respectivos meios, o que justificou a redução da pontuação.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *As peças apresentam compatibilidade geral com os meios propostos, mas a do cinema faz uma exploração do meio de forma pouco efetiva.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *Em soluções de consumo mais rápido, a quantidade de elementos narrativos reduz a plena adequação da mensagem às características do suporte.*

e) Originalidade – máximo de 7,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

gm
da's



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

- *A proposta até é original, porém tem impacto reduzido, inclusive em razão da utilização de cores suaves em uma temática tão forte, quanto é a violência.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 6,0 PONTOS.**
 - *A mensagem é pertinente e coerente, mas faltou maior impacto, especialmente na composição envolvendo paciente e médica, que evidencia mais o cansaço profissional do que o problema central. Lembra uma campanha institucional, ao trazer um formato de coração (?).*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 4,5 PONTOS.**
 - *Tradicional demais, sem impacto suficiente diante da gravidade do problema que é a violência. Gera uma sensação de “mais de um mesmo”.*

f) Clareza e precisão das mensagens – máximo de 5,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,5 PONTOS.**
 - *A mensagem do spot enfatiza o médico cansado após a jornada de trabalho, podendo deslocar a percepção do público em relação ao problema central da violência.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,5 PONTOS.**
 - *A comunicação evidencia com maior intensidade o cansaço médico e as dificuldades da classe do que o problema efetivo da violência contra os médicos.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 3,0 PONTOS.**
 - *A mensagem fica dispersa e não evidencia com força suficiente a gravidade do problema, podendo transmitir predominantemente a ideia de cansaço do profissional. Registra, ainda, ressalva quanto à dicção do áudio apresentado no pen drive.*

g) Exequibilidade – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *As peças e os elementos demonstrados mostram-se exequíveis.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *Os elementos apresentados na Ideia Criativa e as peças propostas mostram-se viáveis para execução.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *As peças são viáveis e compatíveis.*

SUBTOTAL – IDEIA CRIATIVA	
MEMBRO 1	19,5
MEMBRO 2	20,0
MEMBRO 3	18,0
MÉDIA CONSOLIDADA	19,2 PONTOS

4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E “NÃO MÍDIA” – PONTUAÇÃO MÁXIMA: 15,0 PONTOS

Os cinco critérios possuem pontuações máximas de 2,0, 3,0, 4,0, 4,0 e 2,0 pontos.



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

a) Adequação da estratégia – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,5 PONTO.**
 - *Ressalvas na combinação de ações físicas de relevante complexidade operacional com meios de alcance relativamente reduzido, especialmente o cinema.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,5 PONTO.**
 - *A estratégia mostra-se adequada em linhas gerais. Mas apresenta dispersão de esforços entre múltiplas ações físicas e meios de menor cobertura, reduzindo a concentração dos recursos em canais de maior alcance.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,0 PONTO.**
 - *A estratégia é compatível com a verba e contempla o digital. Entretanto, o cinema pode apresentar alcance limitado, merecendo atenção também a alteração da ficha de atendimento e a logística de distribuição.*

b) Consistência técnica – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *A distribuição é entre numerosos formatos e ações, inclusive meios de baixa cobertura relativa, reduzindo a concentração de esforços nos canais de maior eficiência e alcance.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,5 PONTO.**
 - *Dispersão dos investimentos entre múltiplos meios e ações.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,0 PONTO.**
 - *A proposta apresenta elevado grau de detalhamento técnico. A não concordância plena é a utilização de muitos meios, formatos e ações, inclusive alguns de baixa cobertura relativa, o que reduz a concentração técnica nos canais de maior eficiência e alcance.*

c) Consistência do conhecimento demonstrado – máximo de 4,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**
 - *A proposta demonstra conhecimento dos meios, inclusive digitais. O desafio decorre da manutenção de parcela majoritária da verba de mídia distribuída entre meios tradicionais, apesar da prioridade conferida ao ambiente digital no Briefing.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**
 - *A proposta até demonstra conhecimento. Porém, embora o digital seja o maior bloco isolado, a maior parcela do investimento de mídia permanece distribuída entre meios tradicionais.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,5 PONTOS.**
 - *A proposta demonstra conhecimento dos meios contemporâneos e apresenta detalhamento digital. No entanto, o digital representa 40,3% da verba de mídia, permanecendo a maior parcela distribuída entre meios tradicionais, aspecto considerado na pontuação.*

d) Adequação no uso integrado dos recursos próprios do CRM-PR – máximo de 4,0 pontos



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *A proposta contempla diversos canais e recursos próprios do CRM-PR, mas a integração operacional desses recursos com as demais frentes da campanha poderia ser apresentada de forma mais articulada, especialmente quanto ao papel específico de cada canal na jornada de comunicação.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *Faltou articulação os canais e as demais ações previstas na estratégia.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *Qual a função específica de cada canal próprio na amplificação das demais ações da campanha? Não fica claro, embora sejam amplamente citados.*

e) Grau de eficiência, racionalidade estratégica e economicidade – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,0 PONTO.**

- *A distribuição da verba é detalhada. Contudo, foram identificados investimentos com baixa eficiência relativa de alcance, especialmente no cinema, além de relevante volume de produção e distribuição de materiais físicos, reduzindo a percepção de economicidade da solução.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,2 PONTO.**

- *A distribuição da verba mostrou-se aparentemente positiva, mas a relação entre custo e alcance de determinados meios, especialmente o cinema, e o volume de materiais físicos previstos não imprimem eficiência econômica do plano.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,0 PONTO.**

- *A estratégia apresenta planejamento orçamentário detalhado, porém determinados investimentos possuem baixa relação de alcance frente ao custo, especialmente o cinema, somados a uma frente física de elevada escala.*

SUBTOTAL – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E “NÃO MÍDIA”:	
MEMBRO 1	10,0
MEMBRO 2	10,2
MEMBRO 3	8,0
MÉDIA CONSOLIDADA	9,4 PONTOS

Jm
Dais



CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

Rua Victório Viezzer, 84, Vista Alegre, CEP 80810-340, Curitiba-PR

Fone: (41) 3240-4000 | Fax: (41) 3240-4001 | protocolo@crmpr.org.br | www.crmpr.org.br

APÊNDICE ÚNICO

QUADRO CONSOLIDADO – PROPOSTA Nº 1

SUBQUESTO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	MÉDIA
Raciocínio Básico	4,5	4,5	3,8	4,3
Estratégia de Comunicação Publicitária	20,5	19,5	18,5	19,5
Ideia Criativa	19,5	20,0	18,0	19,2
Estratégia de Mídia e “Não Mídia”	10,0	10,2	8,0	9,4
TOTAL CONSOLIDADO				52,4

A Proposta nº 1 – “O respeito faz parte do tratamento” obteve, no Plano de Comunicação Publicitária, **a pontuação consolidada de 52,4 (cinquenta e dois vírgula quatro) pontos**, de um máximo de 70 (setenta) pontos.

OBSERVAÇÃO FORMAL

Durante a análise, foi registrada pelos avaliadores percepção quanto à gramatura do papel utilizado na proposta, aparentemente superior à observada nas demais propostas. O registro permanece como observação formal, sem afirmação de desconformidade objetiva.

Curitiba/PR, 31 de agosto de 2026.



DAIANE STRAPASSON D'AGOSTIN

Membra da Subcomissão Técnica



FLÁVIO SEIGI KUZUOKA

Membro da Subcomissão Técnica



JULIANA MARIA NEITZKE

Membra da Subcomissão Técnica