



CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

ANEXO II: JULGAMENTO DA PROPOSTA Nº 2

“A VIOLÊNCIA CONTRA OS MÉDICOS NÃO PODE VIRAR ROTINA”

A Subcomissão Técnica procedeu à análise individualizada da **Proposta nº 2 (“A violência contra os médicos não pode virar rotina”)**, 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 2 (dois) spots**, considerados 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 compreensão do CRM-PR e do contexto do desafio, incorporando dados da OMS e informações de pesquisa relevantes à realidade dos médicos, com destaque para a capacidade de leitura e interpretação dos dados.*

• **MEMBRO 2 – NOTA: 1,0 PONTO.**

- *A proposta demonstrou adequada compreensão do desafio estabelecido no Briefing, destacando-se pela incorporação de dados da OMS, inclusive relacionados à saúde laboral.*

• **MEMBRO 3 – NOTA: 1,0 PONTO.**

- *A proposta apresenta dados da OMS e recortes relacionados à saúde mental, física, incluindo recorte de gênero, além de justificar a interiorização da campanha.*

b) Pertinência – máximo de 2,0 pontos

• **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A proposta realiza leitura pertinente dos dados e vai além das informações constantes do Briefing, incorporando conteúdos atualizados do próprio portal do CRM-PR e do CFM.*

• **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

Handwritten signatures and initials in blue ink.



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 apresenta leitura consistente dos dados e estabelece relação entre a incidência da violência e a realidade dos médicos no Brasil.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- A proposta vai muito além do Briefing, apresentando dados nacionais e informações atualizadas pertinentes ao problema de comunicação.

c) Precisão – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- A proposta estrutura objetivamente sua análise nos recortes territorial, digital e de gênero, sustentando-os com dados relevantes.

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- A análise traz números e delimita três informações relevantes para a compreensão do desafio: territorialidade, ambiente digital e gênero.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- A proposta apresenta três recortes objetivos (interiorização, ambiente digital e gênero) sustentados por dados.

SUBTOTAL – RACIOCÍNIO BÁSICO	
MEMBRO 1	5,0
MEMBRO 2	5,0
MEMBRO 3	5,0
MÉDIA CONSOLIDADA	5,0 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: 3,0 PONTOS.**

- A proposta atende integral e adequadamente ao desafio ao trabalhar a banalização da violência e a percepção de que determinadas situações não podem ser naturalizadas como parte da rotina do atendimento médico.

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- A proposta é muito acertada ao tema, partindo da compreensão de que a violência não pode ser banalizada ou naturalizada em nenhum ambiente.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- A proposta é coerente com o conceito e com a atuação do CRM-PR, abordando a urgência do atendimento e a banalização do sofrimento. A pontuação não foi máxima em razão da possibilidade de maior aprofundamento da aderência do conceito ao conjunto do desafio proposto.

b) Consistência da argumentação – máximo de 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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *A argumentação é coerente e sustenta a estratégia apresentada; a ressalva pontual é a possibilidade de maior aprofundamento de alguns argumentos utilizados na defesa do conceito e das escolhas estratégicas.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 1,8 PONTOS.**

- *A argumentação é bastante adequada.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 1,5 PONTO.**

- *O raciocínio é coerente e sustenta o conceito apresentado, embora alguns argumentos pudessem ser desenvolvidos com maior profundidade.*

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *Apresenta elementos estratégicos capazes de chamar bastante a atenção e reter audiência, favorecendo a interpretação da proposta de comunicação.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *Há elevado potencial de interpretação positiva, especialmente pelo impacto da imagem utilizada para evidenciar o problema perante os diferentes públicos, independentemente do conhecimento prévio acerca da atuação do CRM-PR.*

- **Membro 3 – Nota: 3,0 pontos.**

- *A proposta gera muita curiosidade, impacto e reflexão, diferenciando-se de uma abordagem meramente informativa ou de “mais uma campanha” institucional.*

d) Consistência técnica – máximo de 7,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

- *A proposta demonstra boa capacidade de circulação da mensagem e apresenta integração entre os meios, inclusive mediante utilização de QR Code. Como ressalva, embora justificada pela concentração inicial de esforços, a etapa de pré-lançamento restringe a presença em DOOH a seis praças prioritárias, podendo alcançar maior capilaridade territorial já nessa fase.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 6,5 PONTOS.**

- *A proposta tem muita aderência aos hábitos modernos de comunicação e integração entre os ambientes físico e digital; a questão em si foi apenas a opção de concentrar em seis praças o pré-lançamento.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

- *Há boa integração entre ações presenciais e digitais, inclusive com QR Code e mídia programática. Como ponto de atenção, o pré-lançamento concentra a presença em DOOH, embora a estratégia global contemple abrangência territorial integral.*

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 7,0 PONTOS.**

- *A proposta articula muito adequadamente em diferentes canais, favorecendo o engajamento dos públicos.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 7,0 PONTOS.**

Handwritten signatures: JM and Davis



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 ideia está estruturada de forma congruente entre os diferentes canais, com foco no ambiente digital e utilização de formatos contemporâneos, como foi solicitado no Briefing.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 7,0 PONTOS.**

- *Integra de forma coerente conceito, verba, canais, formatos e públicos.*

f) Exequibilidade – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A estratégia apresenta conexão com a realidade de execução e mostra-se viável dentro do limite orçamentário estabelecido.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A proposta está adequadamente conectada à realidade dos valores e às condições de execução da campanha.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A proposta é viável, prioriza bastante o digital e apresenta verba detalhada e compatível com a estratégia.*

SUBTOTAL – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA	
MEMBRO 1	23,5
MEMBRO 2	24,3
MEMBRO 3	23,0
MÉDIA CONSOLIDADA	23,6 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 integralmente ao que foi solicitado no Briefing e mantém bastante alinhamento com a estratégia apresentada.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A campanha está plenamente alinhada ao tema e ao contexto no Briefing.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *Plenamente alinhada ao tema proposto e à Estratégia apresentada.*

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *A proposta apresenta solução criativa e contemporânea. Entretanto, o recurso de linguagem utilizado nas peças nº 3 e nº 9 pode gerar interpretação incompatível com a seriedade do tema, especialmente em razão do tratamento mais próximo do “entretenimento”.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

Handwritten signature and initials in blue ink.



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 solução é moderna e dialoga com públicos mais jovens. Contudo, a abordagem de determinadas peças, especialmente as de caráter mais ficcional e seriado, pode reduzir pontualmente a percepção de seriedade esperada para o tema e para o perfil institucional do CRM-PR, o que justificou a redução da pontuação.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,5 PONTOS.**

- *As peças nº 3 e nº 9 utilizam personagens capazes de ampliar o caráter de entretenimento, mas também podem gerar interpretação juvenil e reduzir a seriedade do tema.*

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *As peças estabelecem comunicação adequada com os públicos-alvo previstos.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- *A diversidade de peças é bem adequada para alcançar os diferentes perfis que compõem os públicos-alvo, das mais variadas idades.*

- **Membro 3 – Nota: 3,0 pontos.**

- *As peças são claras, impactantes, atuais e bastante adequadas ao ambiente digital, e o recurso de suspense contribui para despertar interesse logo no início.*

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *As peças articulam adequadamente a comunicação destinada aos médicos e possibilitam transmissão da mensagem ao público em geral, destacando-se o uso do spot.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *As peças são compatíveis com o tema e com os meios apresentados, com destaque para o teaser e spot, considerado assertivo e de bastante impacto.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

- *A linguagem é objetiva, acessível e próxima da realidade da população, mostrando-se compatível com os meios e públicos previstos, especialmente no digital (linguagem super atual).*

e) Originalidade – máximo de 7,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

- *A proposta demonstra bastante originalidade e capacidade de multiplicidade; no entanto, a redução da nota decorre das ressalvas relativas às peças nº 3 e nº 9, em razão do risco de interpretações não pretendidas.*

- **MEMBRO 2 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

- *Excelente grau de originalidade, com boa capacidade de desdobramento e compartilhamento. A ressalva permanece concentrada na linguagem de determinadas peças dirigidas aos públicos mais jovens, diante do risco de interpretação diversa da pretendida.*

- **MEMBRO 3 – NOTA: 6,0 PONTOS.**

Davis
Jm



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 é diferenciada e apresenta originalidade. A pontuação não foi máxima em razão das ressalvas às peças nº 3 e nº 9 e do correspondente risco de interpretação negativa.

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 4,5 PONTOS.**
 - A proposta apresenta clareza e precisão das mensagens e linguagem adequada aos públicos-alvo. Única ponderação, já registrada, quanto a determinados elementos criativos da campanha.
- **MEMBRO 2 – NOTA: 4,5 PONTOS.**
 - A campanha apresenta, de forma geral, clareza e precisão no entendimento das mensagens.
- **MEMBRO 3 – NOTA: 4,5 PONTOS.**
 - A mensagem é clara, apresenta dados e aborda adequadamente a gravidade do problema.

g) Exequibilidade – máximo de 2,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - As peças e a estratégia criativa são exequíveis.
- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - Os custos e elementos estão bem alinhados, ao pensar em executa-los.
- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - As peças e os elementos propostos mostram-se viáveis e compatíveis com as condições de execução da campanha.

SUBTOTAL – IDEIA CRIATIVA	
MEMBRO 1	22,0
MEMBRO 2	22,5
MEMBRO 3	22,0
MÉDIA CONSOLIDADA	22,2 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.

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - A proposta observa a verba referencial e apresenta plano detalhado e adequado à estratégia.
- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - A estratégia encontra-se de acordo com o briefing e apresenta plano de utilização da verba muito bem detalhado e realista.
- **MEMBRO 3 – NOTA: 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 estratégia é compatível com a verba, integrada e apresenta foco no ambiente digital, conforme solicitado no briefing.

b) Consistência técnica – máximo de 3,0 pontos

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- A proposta apresenta raciocínio técnico consistente e adequado às necessidades da estratégia e do plano de mídia.

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- A estratégia foi tecnicamente consistente e coerente com toda a estrutura apresentada no plano de mídia.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- A proposta demonstra domínio dos canais e da respectiva execução.

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 4,0 PONTOS.**

- A proposta demonstra conhecimento técnico ao apresentar cálculos e projeções específicos para as plataformas utilizadas.

- **MEMBRO 2 – NOTA: 4,0 PONTOS.**

- Há domínio do público-alvo, dos canais e do detalhamento da estratégia, com prioridade adequada ao ambiente digital, conforme solicitado no Briefing.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 4,0 PONTOS.**

- A proposta apresenta planejamento detalhado, cálculos relativos aos canais e integração entre mídias tradicionais e digitais, além de preocupação com a humanização da comunicação.

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- A proposta utiliza adequadamente diferentes recursos próprios do CRM-PR e atribui papel estruturante à landing page. Poderia aprofundar ainda mais a integração entre esses canais ao longo da jornada de comunicação.

- **MEMBRO 2 – NOTA: 3,5 PONTOS.**

- A proposta apresenta boa integração dos recursos próprios, com destaque para a landing page como hub da campanha e para a utilização articulada dos demais canais institucionais. A questão é bem pontual, pela possibilidade de ampliar ainda mais essa integração.

- **MEMBRO 3 – NOTA: 3,0 PONTOS.**

- A proposta apresenta recursos próprios claramente identificados, com landing page, canais institucionais, reaproveitamento de conteúdos e mecanismos de mensuração.

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

- **MEMBRO 1 – NOTA: 2,0 PONTOS.**

Jm Das



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 apresenta adequada distribuição dos recursos entre as respectivas áreas e ações, considerando seu potencial de alcance.*
- **MEMBRO 2 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *A grade de investimento é bem adequadamente distribuída, demonstrando elevado grau de eficiência na utilização da verba proposta.*
- **MEMBRO 3 – NOTA: 2,0 PONTOS.**
 - *O orçamento é detalhado e apresenta coerência com a estratégia de mídia proposta.*

SUBTOTAL – ESTRATÉGIA DE MÍDIA E “NÃO MÍDIA”:	
MEMBRO 1	14,0
MEMBRO 2	14,5
MEMBRO 3	14,0
MÉDIA CONSOLIDADA	14,2 PONTOS

Handwritten signatures in blue ink.



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 2

SUBQUESITO	MEMBRO 1	MEMBRO 2	MEMBRO 3	MÉDIA
Raciocínio Básico	5,0	5,0	5,0	5,0
Estratégia de Comunicação Publicitária	23,5	24,3	23,0	23,6
Ideia Criativa	22,0	22,5	22,0	22,2
Estratégia de Mídia e “Não Mídia”	14,0	14,5	14,0	14,2
TOTAL CONSOLIDADO				65,0

A Proposta nº 2 – “A violência contra os médicos não pode virar rotina” obteve, no Plano de Comunicação Publicitária, **a pontuação consolidada de 65,0 (sessenta e cinco) pontos**, de um máximo de 70 (setenta) pontos. A média aritmética por subquesto é a sistemática prevista no Edital.

Curitiba/PR, 31 de agosto de 2026.


FLÁVIO SEIGI KUZUOKA
Membro da Subcomissão Técnica


JULIANA MARIA NEITZKE
Membra da Subcomissão Técnica


DAIANE STRAPASSON D'AGOSTIN
Membra da Subcomissão Técnica