#### Catalog

20220/10122/52100	
20220610123653498·····	·
20220610123751701·····	
20220610123845502·····	
20220610123940750·····	19
20220610124010512·····	25
20220610124035979·····	31



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/3/7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: 138,237-88 Matrícula: 4182805

#### ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do			
Envelope da Licitante	01	Julgador Nome e Assinatura	BNW NO NE POMSCENS ALVES

#### Item I - Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte form	la:	NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	۵
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	4

Justificativa do Item:

ATEN OZ	PARC	SUMBUTZ	LAI	4~ DO	APRESENTAR	Mais
CIMANO	ځ√۶	A ATUA	CAS	das	APRESONIAR Scensia Mias	
			<b>F</b> = <b>V</b> = 1 = 1		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	

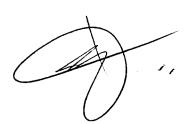


COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: BNN WEBMUCENS ACJES CPF: 08547823788 Matrícula: 418 2805





COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 17.7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: 31200 N2 18 Mou COND AL JES CPF: 08542823788 Matricula: 4182805

#### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	4
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	5
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	6
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

AMe. Senta	CONSISTEN	4 30A	ARGUN	5~ TA CAS	NA
Delisa d	A PROPOSTA	estrate G	ica Pr	lo Por no	SOLU COES
Apresenta Defesa d Satis próphia Combara	as Para us	0050000	s e m	CESS DA DO	s dA
COMO N'CA	CAS MUNICI	Par			
					_
<u> </u>		<del>-, - · · · · · · · · · · · · · · · · · ·</del>			
		<del>.</del>			

.

3/5

#### -1.041/21



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 0/7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: 3/WN3 NEBRUCENS ALJES

CPF: 035428237-88 Matrícula: 4182805

#### Item III - Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de <b>20(vinte) pontos</b> , da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	G
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2, 4
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	4
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	7

4/5



Justificativa do Item:

-1 541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: 3 Mars Nevaro (cros Al UE)

CPF: 03542823788 Matrícula: 4182805

CPF: <u>0んら 4み8 み3→8 8</u> Matrícula: <u>118 みゃっら</u>

ATEN DE SAIS AFÓMISMONTE AMESENTAN dO UMA IDEIA OMIGINAL, SAIN da da Aspetição E USO DE IMAGONS E CONTEXTOS ROLEITAUOS
IDEIA OMGINAL SAINDA dA RSPETICAS E USO
DO IMAGONS E COMTEXTOS ROPETITAUOS

:



= 17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2020/7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: BMN3 NUVBNUCENS ALUES

CPF: 037 478 237 88 Matrícula: 418 2305

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	4
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	4,2

Justificativa do Item:

Da Minia lo Car, Denii fican do UTILIZA dos NO MUNI CIVOD	And Vos quisa
Da Minia lo Cou II Denti Franco	0> 805 120 M2:>
UTILTA dos NO MUNICAVOD	U
	-

..

6/5



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇ

CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021/3/7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: ERNES TO REZERVE REPERRA

#### ENVELOPE 01 - PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Julgador 01 Envelope da Nome e Assinatura Licitante

#### Item I - Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de <b>10 (dez) ponto</b> s, da seguinte form	a:	NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	2,0
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do					_	
Officioció	Nio Básico	DA EMI	RESA SI	E DESTAC	4 PELA A F E ALINI	DEQUA
CADECI	OMPOETU	SÃD.INC	COVINDO	CLAKEZH	+ E ALIN	4AMENTO
NO FOCO	DEATUA	CAS DO 1	WNICHI	D		
		7				



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021

CONCORRENCIA PUBLICA № 005/2021 PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: ERNESTO REZENDE PERET RIS-CPF: 03252692708 Matricula: 4137991

	CPF. TO WOOD Matricula: 11// CUT
	<del></del>
<del></del>	
····	
	<del></del>
<del></del>	
	<del></del>
<del></del>	
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 /2/7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: ERNESTO REZENDE PERETRA

#### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação	1 (1) 1 (1) 2 (1)	
Máximo de <b>20 (vinte) pontos</b> , da seguinte forma:		Nota
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	5,0
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	3,5
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	<i>0</i> ,0
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	4,0

Justificativa do Item:
MOSTROU MAIS VISÃO SOBRE A COMUNICAÇÃO MUNICIPAL TENDO MAIS VROFUNDIDADE NAS PESQUISAS.
TEUDO MAS PROFUNDIDADE NAS PERQUISAS.



## COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021/2/7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: ENESTO REZENDE PEREÌPA

CPF: 03252692708 Matrícula: 4137991

		···
		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
		<del></del>
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
	<del></del>	

#### Item III - Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

<b>ideia Criativa:</b> máximo de <b>20(vinte) pontos</b> , da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	4,2
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	30
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	4,9



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/2/13

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: ERWESTO REZENDE PEREIRA CPF: 03252692708 Matrícula: 41327991

Justificativa do Item:	
A DÉLA CLIATIVA ESTÁ DE ACORO COM O ESPERAD SOMADO A COBERTURA DE PÚBLICO E ORIGINACIDAD	W
SOMADO A CONSERTURA DE PÚBLICO E ORIGINACIDAD	E



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021/2/17 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: <u>ERWESTO RELENDE PERE; RA</u>

CPF: <u>032526927 08</u>

Matrícula: <u>4139991</u>

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia:	98 - 1 Ac. 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1 - 1	
máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	5,0
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	1,2

Justificativa do Item:
D CONHECIMENTO DE HABITOS E ESTUDO DE DISTRI- PULCAD ESTAS SATISFATORIOS DE ACORDO COM O
PUICAD ESTAD SATISFATORIOS DE ACORDO COM O CARROS DE UMA ESTRATEGIA DEMIDIA.
1943100 DE OWHESTRATEGIA DEMIDIA.



#### COMISSÃO PERMANENTE DE LICITA

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021 7/17 30

Julgador: RAKAS GOMO Libein

CPF: 184 . 307 . 047 -80 Matrícula:

#### ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

	Marcação do Envelope da Licitante	01	Julgador Nome e Assinatura	RAPAT Comes listin
--	---	----	-------------------------------	--------------------

#### Item I - Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte form	NOTA	
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	1,4
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	218

Justificativa do Item:

	A AGEN	CIA DI	SMON S	OST	3 CO1	W-ECI(	WN	10 K	rofur	<b>M</b>
DA	ESTRI	HURC	+ E HÙ	157OP	1900	CAM	MAG	) the	DUXE	DAYOU
St	BRE	SON	SUM	DE	Join	x cai	<u> 1</u>	2601	ACM	<u>),                                     </u>



# COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2022/3/7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

CPF:	Matrícula:
	·
<u> </u>	

Julgador:\_



## PR

MISSAO PERMANENTE DE LICITAÇAG	BOUL-	O
MISSAO PERMANENTE DE LICITAÇAS CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 ROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021	77 30	متحد
ROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021	مست	

Julgador:	
PF:	Matrícula:

#### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		
Máximo de <b>20 (vinte) pontos,</b> da seguinte forma:		Nota
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	315
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	315
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	410

Justificativa do Item:

A ABBOOK OBTELE PLASE VEDEFEICAN MA ESTIZATE	161A
PECANDO APENAS NA TRIMA OPINIÃO EM MÃO AQUA	<u>n (</u>
A ABBRILL OBTELL QUASE PERFECT MA ESTIZATE PECANDO APENAS NA TRINA OPINIÃO EM NÃO ATUA DE FORMA MAIS EFETILA SUNTO A COMUNICACIÓN	
TNOELA.	



# COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/201 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador:	
CPF:	Matrícula:
·	
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	

#### Item III – Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

<b>ideia Criativa</b> : máximo de <b>20(vinte) pontos</b> , da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	6,0
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2,1
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	4,0
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	4,9



Julgador:\_\_\_

# COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 (7)7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

	CPF:		Matrícula:	
Justificativa do Item:				
AGENCIA TROUM SATISFATORICO, NEC DESTEN E VARRATIO	F PROBU	105 CRIAN	NOS BEM	
SATISFARDEICOS, NEC	ESSITA	mbo be A	JULIES EM	
DESTEN E VARRATIO	M :			
		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
		<del></del>		
·				



## COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃ

CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2022 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador:		_
CPF:	Matrícula:	_

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	410
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	315
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	214

	va do Item:				
•	FALTOU	USO VE	FONTE	COMO TA	GEVAN ANEXAD
					<del></del>
-			_		



## COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: BAND NEPONUCENS AL JES CPF: 085.428.237.88 Matrícula: 4182805

#### ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do	02	Julgador	70	Jo D	<u> </u>
Envelope da Licitante	02	Nome e Assinatura	Bhuno	Ne por cons	ALJES
			(	$\int_{\mathcal{C}}$	

#### Item I - Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte form	a:	NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	3,4
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	4
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	4

Justificativa do Item:

AT	ende	SATI	SLATOMA	MONTE	0900	hoi	SOU CITATIO Le ci manto	
API	la Seno	(And	CONS	STEN CA	10E	<u>Conf</u>	126imento	
DA	ESTA	· UMA	MUMICIPA	<u>a</u> L				



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

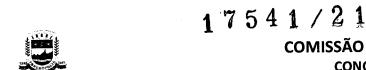
CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: BNNNO NERM CONO ACJOS CPF: 08542823798 Matrícula: 4182605

	<del>_</del>
_/	
	_





COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021 10.7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: BNNS NOPOMS CSNOAL J.es CPF: 08542823788 Matrícula: 4182605

#### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:	tavette pt	Nota
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	4
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	315
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

KN TA	un lova	D8	Callo Za	MA	ARCW MONT	A (A)
APROSIN	TA da N	2 De7	DODRAM	civis	foriti vos	(A)
0100	IN CITIO.					
					<del></del>	

.

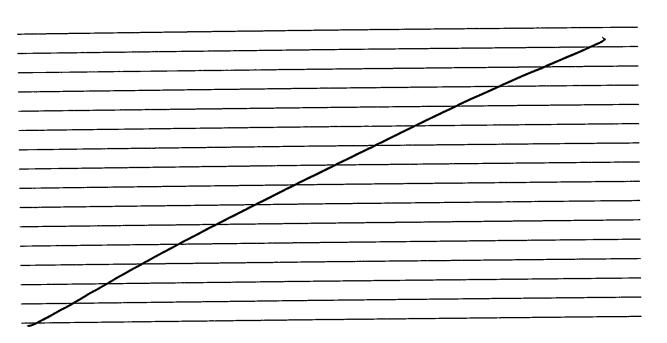
3/5



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/3/1 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: Bhuns Nevaru ains ALJES CPF: 085 428 237 88 Matrícula: 418 22 05



#### Item III – Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de <b>20(vinte) pontos</b> , da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	6
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	3
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	4
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	4,9

4/5



Justificativa do Item:

17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 /2/17:30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: Bruns NJBNU Cons Aciles

CPF: 03547873788 Matrícula: 418 2805

ATOMOR PARE AL MONTE POR USAR UN SINDOLO
JA MUITO UTILITA DO EN OUTRAS CAN PANHAS NO
MUNICIPIO

-.



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO:

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

CPF: 085 4 28 237 88 Matrícula: 418 28 05

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia:	pr. P. Trick	
máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:	Andria of the state of the stat	nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	4,2

Justificativa do Item:

Genélia ALGUNS USICULOS  de REGNENTOS ES PECILOS	UTANDO OS DORM
GONERICA ALGUNS VSICOLDS	OT CO MWW 1 (A CO)
de REGMENTOS ESPECTION	7 472/3
<u> </u>	
·	

--

6/5



#### = 17541/21

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

### ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Envelope da UZ Nome e Assinatura		Marcação do Envelope da Licitante	02	Julgador Nome e Assinatura	EANESTO REZENDE EREIR
----------------------------------	--	---	----	-------------------------------	-----------------------

#### Item I - Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO: Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte form	at malify	NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	1,4
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	0.8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do item:					<i>(</i> )
O CONFECIA	NENTU GE	RHL DES	ERVICOS	BUSTA!	DOS YELA
PREFEITUR ABRANGEN	A MUNIC	iDAL RE	QUER UN	1200001	MAIL DE
ABRAWGEN	ICIA NOS	TERMOS	5 4 NUM	eros mo:	STRADOS



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO MIL. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/0/7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: TRUESTO REZENDE JERET RA

CPF: 03252692708 Matricula: 4137991



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO (CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/2)7 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: ENESTO REZENTE PERE RA

PE: D 3252692708 Matrícula: 413-7991

#### Item II – Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		
Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:		Nota
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	3,5
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	5,0
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:					
MANSTROU C	ERTA CON	HECIME	NTO NH	ONW 10	icACAS
POZÉM CON	ERTA CON 1 FACTA I	X PROF	UNDIDAY:	E PI) PLIVI	TARIA.
		-			<del></del>



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021/2/17 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: ERNESTO REZENDE PEREIRA

CPF: 03252692708 Matrícula: 4137991

 	<del></del> -	

#### Item III - Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

I <b>deia Criativa:</b> máximo de <b>20(vinte) ponto</b> s, da seguinte forma:		Nota
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	4,2
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	2,1
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	0,8
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	1,4



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/292217 30

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador: ERUESTO RELEAVE PEREIRA

Justificativa do Item	:				
	<del></del>				
				·	
		<del></del>			,
			<u> </u>		
			<u></u>	<u>,                                     </u>	
					·
		. =			
					<del></del>
		, <u>,</u>	<u> </u>		
				<del></del>	



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO / 3/1 30 CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador: <u>ERNESTO REZENDE FERETA</u> CPF: <u>03252692408</u> Matrícula: <u>4137</u>991

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:		nota
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	3,5
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	4,2

Justificativa do Item:
OCONHECIMENTO BÁSICO EESTUDO DE MÍDIA,
ESTA ALTO A FORWECER UMA ADMINISTRACA
DEM DIFECIONADA AD PLANO EFRALDE UTILIZA
CAD DA VERBA.



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021 PROCESSO ADMINISTRATIVO-Nº 17.541/2021

Julgador: Kurred Gomes Kistire

CPF: 104.301.047-80 Matricula:

#### ENVELOPE 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

Marcação do Envelope da Licitante	02	Julgador Nome e Assinatura	AAFAIT G	Curos	listin	
				T	$\cup$	

#### Item I - Raciocínio Básico

Composto de um texto, em que o licitante demonstrará sua compreensão sobre as ações de comunicação publicitária a cargo da Subsecretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Teresópolis, o desafio de comunicação e os objetivos, geral e específicos, de comunicação expressos no Briefing.

RACIOCÍNIO BÁSICO:  Máximo de 10 (dez) pontos, da seguinte form	a: The Company	NOTA
Clareza e embasamento no conhecimento das características gerais e serviços prestados pela Prefeitura Municipal de Teresópolis.	2,0 (dois) pontos	2,0
Adequada compreensão da linha de atuação específica da Prefeitura Municipal de Teresópolis e secretarias destacadas em briefing, incluindo elementos e tratativas da gestão que tangenciam e direcionam o caso de comunicação.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Acuidade de compreensão demonstrada em relação às metas e necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação.	4,0 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

A AGENCIA MENUONITANIE CO

A AGÉRCIA DEMONIPROU BATTANTE COMECIMENTO SOBRE OS PANORAMAS DEMOGRÁFICOS E SOCIAIS ASMIM COMO OS DESAFIOS DO BRICFINO, MAS PECOO EM MIMENTAM COM DETAULOS MATS DROGUEDOS DO CONDIANO.



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2020/7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

	Julgador:	
	CPF:	Matrícula:
	······································	
<u> </u>		



# COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO (1) CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2020/7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador:		
PF:	Matrícula:	

#### Item II - Estratégia de Comunicação:

Constituída de texto em que o licitante apresentará as linhas gerais das propostas para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação, relacionados a esse desafio expresso no briefing.

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Comunicação		
Máximo de <b>20 (vinte) pontos</b> , da seguinte forma:		Nota
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e a qualificação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, à sua missão, a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	05 (cinco) pontos	510
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto e sua riqueza dos desdobramentos positivos para a comunicação da Prefeitura Municipal de Teresópolis, com seus diversos públicos.	05 (cinco) pontos	Sio
Adequação a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral(is) e ou específico(s), de comunicação.	06 (seis) pontos	4,2
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta e a sua capacidade de articulação com os desafios de comunicação entre públicos e dimensões propostas de verba.	04 (quatro) pontos	2,8

Justificativa do Item:

	1		· · ·
A COUSISTERCIA LOCALISTA CATROPATHA NAS CATROPATHA NAS CATROPATHA NAS CA	och Acare	eu hamp	so Abritolycomy
PTIA CAMPANIA LA CE	NEWOUA	MUNIS	VETCO MID
Maria Carrier Maria Ca	310 10 111 001	1	4 CCC 9
LOCANS.			
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·			
•			
		<u> </u>	
			<u> </u>
		•	
			<del></del>



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/2021/7 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador:	
CPF:	Matrícula:
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·

#### Item III – Ideia Criativa:

Apresentação pela licitante de campanha publicitária, conforme briefing, para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente

Máximo de 20 (vinte) pontos, da seguinte forma:

Ideia Criativa: máximo de 20(vinte) pontos, da seguinte forma:	Nota		
Estratégia criativa de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha requisitados em briefing presentes no texto descritivo geral das estratégias deste subcritério.	6,0 (seis) pontos	4,2	
Capacidade de síntese da estratégia de comunicação, incluindo elementos relacionais das mensagens com os substratos utilizados.	3,0 (três) pontos	211	
Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida e elementos da linguagem utilizada que impactam nesta relação.	4,0 (quatro) pontos	2,8	
Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem e apuro técnico na composição imagética e estrutural das peças desenvolvidas.	7,0 (sete) pontos	1,4	



1 7 5 4 1 / 2 1 COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO (2013) CONCORRÊNCIA PÚBLICA № 005/2021 PROCESSO ADMINISTRATIVO № 17.541/2021

Julgador:\_\_\_ \_\_\_\_\_ Matrícula:\_\_\_\_ CPF:\_

Justificativa do Item:
A AGERCIA FALLOW ADNÃO JE APROFUNSAN EM DESTOLISA SOBRE A CAMPALMA PROPOSTA. O ABORDA GENM FELIZ CIDADEM JA E/OO FOI TEMA DE DIEPSAD CIDADES NO BRASIL COMO UBERATORA ITAJUBA, DOURADOS E MOUR HONTE.
DESOLISA SOBRE A CAMPALLA POLOPOSTA. O ABORDA
GEM "FELTZ CIDADE" JA E/00 FOI TEMA DE
STUEPSAD CIONDES NO BRASIL COMO USERABA
I H JUBA, LOURADOS E HOLA PONTO.



COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 005/20212/17 30 PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 17.541/2021

Julgador:		
PF:	Matrícula:	_

#### Item IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia:

Composta de Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas; conhecimento e análise dos hábitos de comunicação do público-alvo; utilização dos recursos à disposição da linha de atuação e simulação de plano de distribuição das peças propostas.

Máximo de 15 (quinze) pontos, da seguinte forma:

Estratégia de Mídia e Não Mídia: máximo de 15 (quinze) pontos da seguinte forma:	nota	
Conhecimento de hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação e capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia, incluindo dados específicos da região/estado.	4,0 (quatro) pontos	2,8
Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços ofertadas pela licitante, em particular a otimização da mídia segmentada, digital, alternativa e de massa.	5,0 (quatro) pontos	315
Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta, uso de fontes e elementos de justificativa e construção das escolhas realizadas.	6,0 (seis) pontos	214

Justificativa do Item:

	<del></del>						
<u></u>	AGENCIA	NAO CONT MO DA PAY A PRESER	may !	MOUNS	HASIR	os lox	AA
COMO	1000 NOV	no ba far	MOINE	M TR	0045-E	ENS	RELE
MUE	como	A PRESER	ea WE	UMA LÍ	MAGE	INFU	JERCÍ
MOORE	· · ·		1	•			-
						•	
- tc	anh alm	PARA DOC	NI DANDC	com	OS MAR	FRID	15.
Klincip	MOVEME	A Devist	4.				<del></del>
						_	
<del></del>							
	JAD LICA	CUARLA	a Ecc	NOME	2 SAPOE	,	
						· ·	
						·	