

ATA DE JULGAMENTO DO CONCURSO PARA A IDENTIDADE VISUAL DO CONSELHO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE CASCAVEL

1 Às 13h30min, do dia 02 do mês de maio de 2016, na ACIC- Associação
2 Comercial e Industrial de Cascavel, na Avenida Toledo, 247, na sala Iguaçu,
3 reuniram-se, em sessão pública, os membros da **Comissão de Julgamento**
4 presidente Edson José Vasconcelos, vice-presidente Paulo Beal e publicitária
5 Laila Rotter Schmidt. Seguindo o previsto no Edital, o Coordenador do
6 Concurso Juliano Fuzinato, previamente e em condições de absoluto sigilo,
7 realizou a abertura das embalagens externas e a organização dos trabalhos
8 concorrentes, os numerando com um código para, em seguida apresentar as
9 Pranchas Impressas para a comissão julgadora. Entregaram os envelopes as
10 empresas: Lucom Comunicação Integrada; NTV Imagens e Propaganda; Grupo
11 Múltipla de Comunicação. A agência Enjoy Propaganda e Marketing realizou
12 inscrição, porém não entregou os envelopes no prazo estabelecido. Os
13 envelopes com as fichas de identificação dos concorrentes permaneceu lacrada
14 e em poder do organizador do concurso, para ser aberta apenas na ocasião da
15 publicação da classificação das propostas. O processo de julgamento foi
16 conduzido pela publicitária Laila Rotter Schmidt, que apresentou aos demais
17 membros do júri os critérios de avaliação previsto no edital: **COMUNICAÇÃO**
18 **PLENA** -A identidade visual permite uma leitura clara e uma associação
19 imediata da marca ao Conselho e sua missão tanto entre os profissionais,
20 instituições e empresas envolvidas quanto com a comunidade em geral? - É
21 projetada para o futuro, ou seja, se manterá atual por muito tempo? **IMPACTO**
22 **VISUAL** -A identidade visual exerce marcante impacto sobre o público com fácil
23 memorização e reconhecimento? - Esse efeito positivo é efetivo em âmbito local
24 e regional? **CRIATIVIDADE E ORIGINALIDADE** -A solução conceitual e visual
25 é inusitada e surpreendente? -É desvinculada de outras identidades visuais e
26 simbologias existentes? **VERSATILIDADE E FACILIDADE DE REPRODUÇÃO**
27 -A identidade visual se adéqua aos mais diversos suportes e finalidades (surge
28 em várias situações, tais como disposta nos sentidos horizontal e vertical, sobre
29 fundo claro ou escuro, e representada a cores ou em preto e branco)? -Permite
30 a duplicação da identidade visual em diferentes tipos de impressoras e sobre
31 variados materiais (papéis, plásticos, vidros etc)? Prosseguindo os jurados
32 realizaram a avaliação dos trabalhos com base nestes critérios, observando se
33 as propostas atendiam ao critério plenamente, atendiam parcialmente ou não
34 atendiam. Os jurados foram unânimes em reconhecer o esforço e colaboração
35 de todas as agências participantes e pontuar que todas as propostas
36 demonstraram alta capacidade e qualidade técnica no seu desenvolvimento,
37 porém nenhuma delas expressou visualmente uma associação plena ao
38 Conselho e sua missão, considerando que esta entidade consiste em um
39 conjunto de pessoas e instituições trabalhando pelo desenvolvimento
40 econômico sustentável do município, ressaltando que a sustentabilidade aqui

41 refere-se à soluções socialmente responsáveis e não exclusivamente à
42 preservação meio ambiente. Além disso, a comissão concordou que nenhuma
43 das propostas atendeu plenamente aos demais critérios de avaliação:
44 **COMUNICAÇÃO PLENA**-no item [A identidade visual permite uma leitura clara
45 e uma associação imediata da marca ao Conselho e sua missão tanto entre os
46 profissionais, instituições e empresas envolvidas quanto com a comunidade em
47 geral?] somente uma das agências atendeu parcialmente. No item [É projetada
48 para o futuro, ou seja, se manterá atual por muito tempo?] somente uma
49 agência atendeu parcialmente. **IMPACTO VISUAL** -No item [A identidade visual
50 exerce marcante impacto sobre o público com fácil memorização e
51 reconhecimento?] somente uma agência atendeu parcialmente. Item [Esse
52 efeito positivo é efetivo em âmbito local e regional?] nenhuma agência atendeu
53 o critério. **CRIATIVIDADE E ORIGINALIDADE** -item [A solução conceitual e visual
54 é inusitada e surpreendente?] somente uma das agências atendeu par-
55 cialmente. Item [É desvinculada de outras identidades visuais e simbologias
56 existentes?] duas agências atenderam parcialmente. **VERSATILIDADE E**
57 **FACILIDADE DE REPRODUÇÃO**- item [A identidade visual se adéqua aos mais
58 diversos suportes e finalidades (surge em várias situações, tais como disposta
59 nos sentidos horizontal e vertical, sobre fundo claro ou escuro, e representada a
60 cores ou em preto e branco)?] nenhuma agência atendeu os critérios. Item
61 [Permite a duplicação da identidade visual em diferentes tipos de impressoras e
62 sobre variados materiais (papéis, plásticos, vidros etc)? nenhuma agência
63 atendeu os critérios. O júri declarou que qualquer uma das propostas poderia
64 ter sido classificada com ajustes na solução formal e/ou conceitual, porém como
65 o edital não previa essa situação optou-se por não classificar nenhuma das
66 propostas. Em razão desta decisão o júri não teve acesso aos envelopes
67 identificados com nomes das agências participantes. Nada mais havendo a
68 tratar, às quatorze e 30horas foi encerrado o julgamento. Eu, Patrícia Pacheco,
69 Executiva do Cascavel2030, elaborei esta ata, que vai assinada pela mesa
70 julgadora.

Presidente Edson José Vasconcelos

Vice-presidente Paulo Beal

Publicitária Laila Rotter Schmidt