

## BANRISUL LICITACOES

---

**De:** BANRISUL LICITACOES  
**Enviado em:** quarta-feira, 11 de dezembro de 2019 09:13  
**Para:** 'Denis Ribeiro Leite'  
**Assunto:** ENC: Concorrência 572/2019

À Engenho de Ideias

Prezados,

Segue abaixo em **vermelho** resposta aos questionamentos efetuados:

A orientação do item 2.12 - Anexo II segue criando mais dúvidas do que esclarecimentos, vide os reiterados questionamentos das agências sobre o tema. Segundo o documento e as respostas, os slogans e motes publicitários das peças devem ser aplicados em fonte Arial. Trata-se de uma orientação incomum, que restringe as possibilidades criativas das peças, uma vez que define de antemão algo que usualmente é proposto pela licitante. Entende-se tal solicitação dizer respeito ao texto da Ideia Criativa no Plano de Comunicação, mas é inusitado que ela seja estendida aos layouts das peças. A solução visual, afinal, faz parte do processo de criação da campanha proposta pela agência – e nessa solução está incluída a escolha da fonte mais adequada para transmitir a mensagem.

Assim, pedimos novo esclarecimento sobre o tema, ressaltando se tratar de uma diretriz inabitual. Para facilitar o entendimento, ilustraremos a questão.

Suponhamos que o slogan criado para a campanha seja “O banco digital dos gaúchos”. Em uma peça hipotética (um card, por exemplo), a agência optou por utilizar o slogan como principal elemento textual junto a uma foto.

Seguem abaixo dois exemplos para facilitar a visualização.

EXEMPLO 1: com fonte Arial.



EXEMPLO 2: com fonte selecionada pela agência.



A partir desses exemplos, questionamos:

**- Esse texto, que é o slogan da campanha, deve estar em Arial (conforme exemplo 1), mesmo que a fonte esteja em desacordo com a identidade gráfica adotada no restante da campanha?**

**Resposta:** Sim, conforme estabelecido no Edital, a fonte a ser utilizada em eventuais slogans e motes publicitários para a produção das peças da campanha deverá ser “fonte arial”.

**- Ou a agência pode utilizar a fonte que achar mais adequada (conforme exemplo 2), de acordo com o conceito gráfico desenvolvido e solução proposta?** **Resposta:** conforme resposta ao questionamento acima.

Aguardamos retorno, destacando novamente o quanto a solicitação é atípica e, de certa forma, contraditória a uma concorrência com o objetivo de avaliar a proposta criativa de uma campanha publicitária.

Atenciosamente,



Gerencia de Licitações e Compras  
Unidade de Licitações e Compras  
☎ (51) 3215-4510 | E-mail: [banrisul\\_licitacoes@banrisul.com.br](mailto:banrisul_licitacoes@banrisul.com.br)

 ANTES DE IMPRIMIR este documento pense em sua responsabilidade e compromisso com o MEIO AMBIENTE.

**De:** Denis Ribeiro Leite <[denis@engenhodeideias.com.br](mailto:denis@engenhodeideias.com.br)>

**Enviada em:** quarta-feira, 4 de dezembro de 2019 15:39

**Para:** BANRISUL LICITACOES <[BANRISUL\\_LICITACOES@banrisul.com.br](mailto:BANRISUL_LICITACOES@banrisul.com.br)>

**Assunto:** Re: Concorrência 572/2019

**De:** Denis Ribeiro Leite <[denis@engenhodeideias.com.br](mailto:denis@engenhodeideias.com.br)>

**Enviada em:** terça-feira, 3 de dezembro de 2019 10:30

**Para:** BANRISUL LICITACOES <[BANRISUL\\_LICITACOES@banrisul.com.br](mailto:BANRISUL_LICITACOES@banrisul.com.br)>

**Assunto:** Concorrência 572/2019

Bom dia Prezados.

A orientação do item 2.12 - Anexo II segue criando mais dúvidas do que esclarecimentos, vide os reiterados questionamentos das agências sobre o tema. Segundo o documento e as respostas, os slogans e motes publicitários das peças devem ser aplicados em fonte Arial. Trata-se de uma orientação incomum, que restringe as possibilidades criativas das peças, uma vez que define de antemão algo que usualmente é proposto pela licitante. Entende-se tal solicitação dizer respeito ao texto da Ideia Criativa no Plano de Comunicação, mas é inusitado que

ela seja estendida aos layouts das peças. A solução visual, afinal, faz parte do processo de criação da campanha proposta pela agência – e nessa solução está incluída a escolha da fonte mais adequada para transmitir a mensagem.

Assim, pedimos novo esclarecimento sobre o tema, ressaltando se tratar de uma diretriz inabitual. Para facilitar o entendimento, ilustraremos a questão.

Suponhamos que o slogan criado para a campanha seja “O banco digital dos gaúchos”. Em uma peça hipotética (um card, por exemplo), a agência optou por utilizar o slogan como principal elemento textual junto a uma foto. Seguem abaixo dois exemplos para facilitar a visualização.

EXEMPLO 1: com fonte Arial.

EXEMPLO 2: com fonte selecionada pela agência.

A partir desses exemplos, questionamos:

**Denis Ribeiro Leite**

Analista Administrativo Financeiro

CRA/RS 46553/O

51 3273.3100 / 51 98543.9277

Rua Barão do Amazonas, 426 - 3º andar

Petrópolis / Porto Alegre / RS / 90670-000