

Raciocínio Básico

A comunicação dos órgãos públicos é essencial para tornar evidente todas as suas ações. A publicidade assim passa a ser um dever da administração pública, para manifestar todos os atos praticados por ela, bem como é um requisito de eficácia e moralidade. É ela que torna claro e compreensível para a população informações essenciais dos atos praticados pelos órgãos públicos, com nitidez, clareza e coerência. Uma das espécies de publicidade utilizada pelos órgãos públicos é a autorizada, que segundo a Constituição Federal, em seu artigo 37, parágrafo 1º “é a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridade ou servidores públicos.” Isso quer dizer, que não pode-se utilizar da publicidade para um bem pessoal ou individual, sendo um bem comum do país, estado ou município. Com a atual conjuntura do país, que transcorre por uma crise de confiança na política nacional em todos os âmbitos, mostra-se necessário mais do que nunca o uso da publicidade para demonstrar os serviços realizados pela administração pública, bem como manter uma relação de transparência entre esse e o cidadão. É necessário manter uma relação constante com a população, mostrando o trabalho realizado pelo órgão público para a melhoria da vida das pessoas e como prestação de contas do dinheiro público, pago pela população. Isso vale para todas as esferas da política brasileira, do Governo Federal até aos menores municípios.

Outro fator é que o Brasil possui uma das maiores cargas tributárias do mundo. Com o pagamento de tantos impostos, é preciso demonstrar aonde está sendo investido o dinheiro da população, com uma administração idônea, transparente e com objetivos claros, o bem-estar e a qualidade de vida dos cidadãos. Por isso é essencial que a Prefeitura Municipal de Matos Costa mantenha sua população sempre informada sobre suas ações, através de campanhas publicitárias estratégicas, voltadas a comunicação com transparência, nitidez e clareza, que transmita seu posicionamento de forma objetiva. Matos Costa é um município da mesorregião oeste de Santa Catarina. Com uma população estimada de 2.652 habitantes (IBGE 2016),

possui uma área de 371,81km². Sua data de emancipação é 23 de abril de 1962. Antes era chamado de São João dos Pobres e é um município do contestado catarinense. Seu nome atual é uma homenagem ao capitão João Teixeira de Matos Costa, morto na repressão aos rebeldes da guerra do contestado. O município possui um índice de desenvolvimento urbano com valor de 0,657, número considerado médio comparado aos índices brasileiros. Nos últimos anos, o município vem apresentando um exponencial crescimento no ranking do desenvolvimento sócio econômico. No IFGF 2016 (Índice Firjan de Gestão Fiscal) Matos Costa aparece em posição de destaque. No ranking nacional, entre 4.544 municípios avaliados, Matos Costa está na posição 628. Em comparação aos municípios catarinenses, na posição 81. A cidade recebeu conceito A, que significa Gestão de Excelência, na captação e aplicação dos recursos públicos. Isso só é possível graças a uma administração pública consciente, transparente e que tem como objetivo principal proporcionar melhor qualidade de vida aos seus munícipes, com serviços de qualidade e realização de obras essenciais ao bem-estar da população e desenvolvimento do município.

Porém, muitas dessas informações não são repassadas aos cidadãos matos-costenses. Para isso é preciso desenvolver uma campanha publicitária com foco nos avanços que o município vem passando nos últimos anos, demonstrando aos munícipes os esforços da administração pública em oferecer qualidade de vida e bem-estar a população através de melhorias nos serviços e de obras que vem sendo realizadas baseadas nos princípios da transparência, legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência.

A campanha deve ampliar os canais de comunicação entre a Prefeitura e a população, que atualmente ainda são insuficientes, com uma mensagem que seja clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre o órgão público e os cidadãos matos-costenses. Essa também é uma forma de fortalecer a democracia e estimular a participação da população no debate e na definição de políticas públicas, envolvendo os munícipes com a administração pública.

Estratégia de Comunicação Publicitária

Para que a estratégia de comunicação publicitária seja eficiente é preciso analisar o que dizer, quando dizer, como dizer, aonde dizer, para quem dizer. Seguindo o briefing da Prefeitura de Matos Costa, a campanha deverá atingir a população da cidade como um todo, de ambos os sexos, todas as idades e classes sociais, das regiões urbanas e rurais. O valor estipulado para a campanha é de R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) para criação, produção e veiculação da campanha durante 30 dias.

Deverão ser apresentadas 3 peças publicitárias, para os meios rádio, jornal e banner de internet. O objetivo principal da campanha é demonstrar os esforços da administração pública para melhorar a qualidade de vida e bem-estar da população, com obras e serviços de qualidade, sempre pautados pela legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência.

A campanha também visa ampliar a comunicação entre a Prefeitura e a população, comunicando as atribuições e os serviços realizados pelo executivo municipal, as ações voltadas para o desenvolvimento de ações administrativas, além de convidar os matos-costenses para participar também das decisões referentes a cidade.

A comunicação deve ser clara, objetiva e educativa. Por isso como estratégia criativa a licitante criou um slogan que resume de forma eficiente, obedecendo todos os critérios citados anteriormente, resumindo todo o conceito da campanha. O mote desenvolvido foi: "Prefeitura de Matos Costa. Compromisso com a nossa gente."

Através dele demonstramos o objetivo principal da Prefeitura de Matos Costa, que é demonstrar os trabalhos executados em prol da população, colocando o bem-estar, a qualidade de vida e a felicidade dos munícipes matos-costenses em primeiro lugar. Esse slogan mostra o comprometimento do executivo em realizar ações em prol da melhoria da qualidade dos serviços oferecidos bem como a transparência na administração do dinheiro público. Para o desdobramento das peças, escolhemos utilizar personagens que representam a população matos-costense, como um casal, idosos e adolescentes.

Assim os munícipes irão se enxergar na comunicação, criando um canal de comunicação mais eficiente e próximo. Todos eles aparecerem felizes, demonstrando bem-estar e qualidade de vida proporcionados pelos serviços

de qualidade e obras no município. As chamadas sempre colocam a população como objetivo principal do trabalho da Prefeitura, citando diferenciais do trabalho do executivo de Matos Costa, como dedicação, transparência e carinho.

A palavra citada anteriormente, ou seja, carinho, reforça o elo emocional entre a Prefeitura e os públicos, demonstrando que o trabalho não é feito somente de forma burocrática, por obrigação, mas sim algo que é feito para ver as pessoas felizes. Os textos sempre citam as melhorias realizadas pelo executivo, reforçando o conceito da campanha e chamam a população a participar das decisões municipais.

Como cor predominante da campanha utilizamos o verde, cor presente no brasão da Prefeitura Municipal. Esse tom é estimulante ao crescimento, é relaxante, está ligado as respostas afetivas e possui capacidade para auxiliar nas conexões emocionais. É harmoniosa e traz equilíbrio, pois remete a natureza.

Peças

Rádio: para o spot que será veiculado nas rádios locais escolhemos utilizar várias vozes para representar os serviços e obras que estão sendo realizadas no município. Assim conseguimos fazer o público se identificar na campanha e aproximamos o órgão público da população. A mensagem do spot tem cunho emotivo e envolvente, demonstrando à todos que o executivo vem trabalhando com dedicação, transparência e carinho para melhorar a qualidade de vida de todos. Como back ground usamos uma trilha instrumental emotiva, que amplia o tom de envolvimento. A assinatura do material é feito com o nome da Prefeitura de Matos Costa e o slogan da campanha.

Jornal: para a peça de jornal utilizamos o casal como personagem principal, representando a população matos-costense. O título fala sobre o trabalho da Prefeitura e coloca o cidadão e seu bem-estar como objetivo central do trabalho da Prefeitura. O texto de apoio fala sobre os atributos da Prefeitura, que vai além do trabalho comum, realmente cuidando de sua gente. A fita verde envolve os personagens demonstrando o cuidado e carinho que o executivo possui com as pessoas. Para a assinatura, utilizamos o brasão do

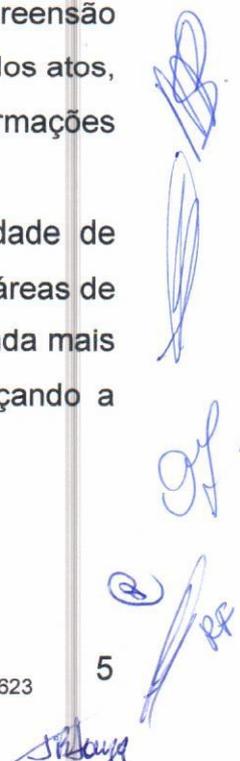
município, o slogan e o site da Prefeitura, onde os munícipes podem obter mais informações sobre as realizações na cidade.

Banner internet: para a peça que será veiculada em sites locais utilizamos como personagem uma jovem, do sexo feminino, com um celular na mão, ferramenta muito utilizada atualmente para acessar informações públicas. Ela também aparece abraçada pela fita verde, demonstrando envolvimento entre esse público e a Prefeitura da cidade. Reduzimos o texto a chamada falando sobre o trabalho da Prefeitura e colocando o cidadão como principal motivo que incentiva o executivo a trabalhar com dedicação, transparência e carinho. Para chamar o público para o site da Prefeitura, onde poderão ter mais informações sobre as melhorias nos serviços públicos, obras realizadas e também acesso as contas públicas na parte de transparência, fizemos um call to action para os internautas clicarem no banner e serem transferidos diretamente para o site do executivo. A assinatura do material também foi feito com o brasão do município e o slogan da campanha, sem o site por causa do call to action.

Desta forma a licitante cumpre o objetivo central da campanha, demonstrando o trabalho da Prefeitura Municipal de Matos Costa para proporcionar serviços de qualidade, demonstrando os esforços do executivo em prol do bem-estar e qualidade de vida a sua população.

Essa campanha também promove o fortalecimento da democracia através da interação com os munícipes, estimula a participação popular nas decisões de políticas públicas municipais, contribui para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal, auxilia para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades da Prefeitura Municipal e comunica informações de interesse da população.

Outro diferencial da campanha criada pela licitante é a possibilidade de variações das peças, sendo adaptável para todos os públicos, várias áreas de atuação da Prefeitura Municipal de Matos Costa, ampliando assim ainda mais a mensagem a ser disseminada e o público a ser atingido, reforçando a comunicação entre o executivo e os munícipes.



Simulação do plano de distribuição de todas as peças (30 dias)

MÍDIA - NOVEMBRO																																					
		RÁDIO																																			
Veículo	Programa	Horário	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Ins.	Custo Unitário	Custo Total		
RÁDIO COLUMÉIA AM	Reativo Indet.	7h às 19h00	11	11	11																														242	RS 52,00	RS 12.584,00
RÁDIO KAIRÓS FM	Reativo Indet.	07h a 19h00	11	11	11																														242	RS 60,00	RS 14.520,00
			TOTAL EM RÁDIO																													484	RS 27.104,00				

JORNAL																																					
Veículo	Formato	Veiculação	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Ins.	Custo Unitário	Custo Total		
JORNAL EXTRA	1 página	Diário	1																																9	RS 4.080,00	RS 36.720,00
			TOTAL EM JORNAL																													9	RS 36.720,00				

INTERNET																																					
Veículo	Formato	Localização	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Ins.	Custo Unitário	Custo Total		
JORNAL EXTRA	300 x 90	banner	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	30 dias	RS 450,00	RS 13.500,00
RÁDIO DESTAQUE REGIONAL	800 X 600	banner	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	30 dias	RS 900,00	RS 27.000,00
			TOTAL EM INTERNET																														RS 40.500,00				

TOTAL EM MÍDIA		
		RS 65.174,00

RESUMO GERAL

VEICULAÇÃO (MÍDIA) - valores pagos para os veículos						
Meios	Formato	Período	Total de inserções	Valor	% Mídia	% Geral
Rádio	Spot 30"	30 dias	484 inserções	R\$ 27.104,00	42%	36%
Jornal	1 página	30 dias	9 anúncios	R\$ 36.720,00	56%	49%
Internet	Banner	30 dias	2 banners	R\$ 1.350,00	2%	1,81%
Total em Mídia				R\$ 65.174,00	100%	87%

PRODUÇÃO EXTERNA - valores pagos para fornecedores					
Serviço	Formato	Quantidade	Valor	% Produção	% Geral
Produção do Spot	30"	1	R\$ 450,00	43%	0,60%
Produção fotos	Alta qualidade	3	R\$ 600,00	57%	0,80%
Total em Produção			R\$ 1.050,00	100%	1,40%

PRODUÇÃO INTERNA - Conforme tabela do Sinapro/SC				
Peça	Formato	Valor	% Produção	% Geral
Roteiro Spot	30"	R\$ 2.029,99	24%	3%
Anúncio Banner	2 banners (800x600 / 300x90)	R\$ 3.765,60	44%	5%
Anúncio Jornal	1 página	R\$ 2.735,46	32,06%	4%
Total em Produção		R\$ 8.531,05	100%	11%

VALOR TOTAL		% Geral
VEICULAÇÃO	R\$ 65.174,00	87%
PRODUÇÃO	R\$ 1.050,00	1,40%
CRIAÇÃO	R\$ 8.531,05	11%

VALOR TOTAL	R\$ 74.755,05	100%
--------------------	----------------------	-------------





Ponta Grossa, dia 08 de novembro de 2017

Evandro Luiz Barater – Representante Legal
CPF: 007.784.679-61/ RG: 8.009.973-8