



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

**BRIEFING**

**CONCORRÊNCIA Nº 003/2015**

Com o objetivo de orientar o desenvolvimento do Plano de Comunicação Publicitária solicitada neste edital, abaixo segue o briefing norteador da proposta técnica das empresas concorrentes.

**1- INTRODUÇÃO**

Considerando que a propaganda institucional deve ser concebida como o conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pela administração municipal, tendo em conta que “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 autoridades ou servidores públicos”. (Constituição Federal, Art. 37: 1º);

**2- ESPECIFICAÇÕES**

São serviços de publicidade, para fins deste briefing, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover a divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional de ações, ou serviços prestados pelo município à população, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção, execução, de acordo com a política de comunicação adotada pelo Gabinete do Prefeito e da Secretaria de Governo.

Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, orientando-se pela divulgação dos atos, programas, serviços e campanha do município que estiverem em consonância com o caráter:

- 1- EDUCATIVO, que versem, a exemplo, do esclarecimento sobre perigos de doenças, campanha pelo aleitamento materno, sobre o zelo com equipamentos públicos, posto que servem à educação, formação ou aprimoramento da consciência comunitária;
- 2- DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, ao buscar orientar ou conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade, por exemplo: a cidadania, liberdades públicas, o patriotismo; e;
- 3- INFORMATIVO, quando a finalidade for a de informar à comunidade, tendo exclusiva finalidade de esclarecer a população sobre serviços à sua disposição, ou de campanhas realizadas em benefício da coletividade.



**MUNICÍPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

Neste sentido a licitante terá em conta, concomitantemente, a ética profissional e os princípios da administração pública, comprometendo-se os profissionais da propaganda a seguirem as determinações do Gabinete do Prefeito e da Secretaria de Governo, no assessoramento de comunicação social do município de Paranaguá.

### **3- TEMA BÁSICO**

Trânsito seguro

### **4- PRODUTO**

Paranaguá é uma cidade do Litoral do Paraná, a maior em número populacional da região litorânea, tem também o maior número de veículos e acredita-se que também tem o maior número de bicicletas da região.

Estima-se em torno de 70 a 80 mil bicicletas com base no levantamento das vendas do produto na cidade, enquanto que o número total de veículos é de 60.941, de acordo com o IBGE, referente ao ano de 2014.

Então, a cidade tem os motoristas que passam por cursos e recebem informações sobre as leis de trânsito, enquanto que os ciclistas não necessitam passar pelo curso. O mesmo se repete para os pedestres.

A cidade também tem poucas ciclovias, mas tanto ciclovias como ciclofaixas aumentaram nos últimos anos em função das ações do poder público municipal em garantir mais segurança tanto aos ciclistas, quanto aos pedestres.

O tema trânsito seguro foi escolhido para nortear a campanha que deverá ser apresentada para ser avaliada com destaque para orientações aos ciclistas e pedestres, especialmente.

### **5- CAMPANHA**

Levando em consideração a atual condição do município de Paranaguá, como uma grande cidade da região em proporções relacionadas à população, motoristas, ciclistas e pedestres, faz-se necessária uma campanha de publicidade que enfatize os seguintes pontos:

- 1- Município onde as mudanças no trânsito foram necessárias para garantir a segurança de todos.



**MUNICIPIO DE PARANAGUÁ**  
**ESTADO DO PARANÁ**  
**Secretaria Municipal de Abastecimento e Almoxarifado Central**  
**Comissão Permanente de Licitação**

Fones: (41) 3420-6003 (41) 3420-2739  
Site: [www.paranagua.pr.gov.br](http://www.paranagua.pr.gov.br) e-mail: [cpl@pmpgua.com.br](mailto:cpl@pmpgua.com.br)

- 2- Cidade que necessita de orientações no trânsito, especialmente, para ciclistas e pedestres sobre os direitos e deveres, com o objetivo de garantir a segurança como destaca-se no item 1.

É fundamental consolidar a imagem de segurança a ações corretas no trânsito.

Uma campanha criativa e com inserção em diversas mídias de alcance local é um agente facilitador no relacionamento poder público e comunidade. Uma campanha que, além de criativa, apresente cunho informativo e de impacto como formas de atingir a todos os tipos de agentes participativos no trânsito.

A Prefeitura de Paranaguá além de ter obrigação legal de dar publicidade de seus atos perante os munícipes, precisa atingir a população com uma campanha que alavanque a auto-estima de seus moradores, criando um ciclo virtuoso de otimismo e engajamento que pavimentará um futuro com desenvolvimento e qualidade de vida.

**6- ÂMBITO TERRITORIAL E SOCIAL**

A abrangência da campanha será municipal e deverá atingir, especialmente, todos os ciclistas e pedestres do centro ou nos bairros da cidade.

**7- OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO**

Desenvolver uma campanha publicitária simulada que apresente à comunidade o momento vivenciado atualmente na cidade com a implantação de novas ciclofaixas, semáforos que incluem tempo específico para pedestres na região central da cidade.

**8- PERÍODO**

Considerando que seja necessário determinar um período para a realização da campanha, determinando, para esta campanha simulada, o mês de setembro, onde ocorre a Semana Nacional do Trânsito.

Porém, é importante destacar, que todo o mês de setembro, será o momento de exposição da campanha simulada neste briefing.

**9- VERBA**

A campanha simulada deverá ser desenvolvida observando-se o limite de R\$ 150.000,00 (cem e cinquenta mil reais) destinado para a mesma. Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência, deverão estar contidos nesta verba durante um mês de campanha.