

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Proposta de Campanha Publicitária

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/2024

Processo Administrativo nº 57/2024]

Apresentado por: Apollo Creative (57.167.969/0001-79)

Data: 23/01/2025

Contato: thiagosilva@apollocreative.com.br / 11 99760-8968 e 11 9 6371-3592

Thiago S.

I - Plano de Comunicação Publicitária

a- Raciocínio Básico

Diagnóstico das Necessidades de Comunicação do Município

A Câmara Municipal de Caieiras enfrenta um desafio significativo no que diz respeito à comunicação com a população. A principal questão identificada é a falta de conhecimento e envolvimento da população nas atividades do poder legislativo. Isso se reflete na baixa participação cidadã nas sessões da Câmara e na percepção de distanciamento entre os governantes e os governados.

Para abordar essa questão, a comunicação precisa ser direcionada a uma audiência diversificada, com especial atenção aos jovens adultos e cidadãos que ainda não compreendem a relevância do processo legislativo no seu dia a dia. A população precisa entender não só como as sessões da Câmara funcionam, mas também como elas impactam diretamente o seu cotidiano e o desenvolvimento de Caieiras.

As ações de comunicação devem ser pensadas para:

1. Educar a população sobre o papel da Câmara Municipal e a importância das sessões legislativas.
2. Promover a transparência, mostrando como as decisões impactam a cidade.
3. Incentivar o acompanhamento das sessões, usando a comunicação para aproximar os cidadãos da gestão pública.
4. Criar um canal direto e acessível para o diálogo, com foco na aproximação e na construção de confiança.

Compreensão do Objeto da Licitação

O objeto da licitação é a criação de uma campanha publicitária voltada para a divulgação e o esclarecimento sobre o funcionamento e a importância das sessões da Câmara Municipal de Caieiras. O objetivo central é informar, educar e engajar a população, incentivando a participação ativa nos processos legislativos e promovendo maior transparência.

A campanha deverá ser multifacetada, envolvendo peças publicitárias para meios digitais e impressos, além de ações que incentivem a interação com os cidadãos, principalmente nas redes sociais, site institucional da Câmara e outros canais locais.

O desafio central da campanha está em transformar um tema muitas vezes visto como técnico e distante — o funcionamento da Câmara Municipal — em algo acessível e interessante para todos os cidadãos de Caieiras, independentemente do nível de conhecimento prévio sobre o assunto.

Diagnóstico do Desafio de Comunicação

O maior desafio de comunicação a ser enfrentado pela campanha é o distanciamento entre o poder legislativo e os cidadãos, causado pela falta de compreensão sobre o funcionamento das sessões e a importância da Câmara Municipal. Muitas vezes, a falta de participação da população nas decisões da Câmara se deve à falta de entendimento sobre o impacto das decisões legislativas no dia a dia da cidade.

Além disso, existe a necessidade de humanizar o poder legislativo, mostrando-o como uma instituição acessível e transparente, que está ao serviço da população. A linguagem precisa ser clara, objetiva e, ao mesmo tempo, educativa, evitando termos técnicos e criando uma relação de proximidade com o público.

Por fim, a motivação para o engajamento nas sessões e a participação cívica também representa um desafio. A população precisa ser convencida de que sua presença e acompanhamento das sessões podem realmente fazer diferença nas decisões que impactam o município.

b- Estratégia de Comunicação Publicitária

I. Partido Temático e Conceito

Partido Temático: "Conhecer para Crescer"

O partido temático propõe uma relação direta entre o conhecimento e o desenvolvimento, seja da cidade, do cidadão ou do processo democrático. Conhecer a Câmara Municipal, entender suas funções e participar ativamente das decisões, permite ao cidadão contribuir de forma mais eficaz para o crescimento coletivo da cidade.

O crescimento se dá tanto em um nível individual – ao capacitar o cidadão com informações claras e acessíveis, fortalecendo seu papel como protagonista nas decisões do município – quanto no nível coletivo – ao permitir que todos, juntos, contribuam para um futuro melhor para Caieiras.

Conceito Criativo: "Conhecer para Crescer"

O conceito criativo "Conhecer para Crescer" parte do princípio de que a informação e a educação são ferramentas poderosas para a transformação social. Ao compreender as decisões da Câmara e o impacto delas no cotidiano da cidade, o cidadão se torna capaz de agir de maneira mais consciente e ativa, ajudando a moldar um futuro melhor para Caieiras.

A ideia é criar uma conexão entre o conhecimento e o progresso tanto individual quanto coletivo. Conhecer o processo legislativo e acompanhar as decisões da Câmara é uma forma de crescer como cidadão, assumindo um papel mais ativo e consciente no futuro da cidade.

O conceito visa quebrar a barreira do desconhecimento sobre a política e as decisões legislativas, ao mesmo tempo que promove uma cidadania ativa, baseada em informação clara e acessível. Esse conceito também envolve a transparência como um elemento chave, garantindo que a Câmara Municipal de Caieiras se apresente como um espaço aberto e acolhedor, pronto para receber a população.

II. Estratégia de Comunicação Publicitária

A seguir, a estratégia de comunicação publicitária será detalhada com base nos principais pontos que definirão a campanha para o sucesso do desafio comunicacional. A estrutura será baseada nas perguntas-chave: o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios utilizar.

O que dizer

A mensagem principal da campanha destaca a importância da transparência nas decisões da Câmara Municipal e o impacto direto que essas decisões têm no cotidiano dos cidadãos de Caieiras. A campanha reforça que as sessões estão abertas para o acompanhamento público, incentivando a participação ativa da população nas discussões que moldam o futuro da cidade.

Mensagens-chave incluem:

- "Você sabia que suas ideias e opiniões podem influenciar as decisões da Câmara?"
- "Acompanhe as sessões ao vivo e fique por dentro das decisões que moldam o futuro de Caieiras."
- "A Câmara Municipal de Caieiras está mais próxima de você do que nunca. Participe e acompanhe!"

A quem dizer

O público-alvo da campanha será todos os moradores de Caieiras, com ênfase em jovens adultos e cidadãos interessados em acompanhar o poder legislativo. Isso inclui pessoas que podem não ter conhecimento prévio sobre o funcionamento das sessões ou que não participam ativamente dos processos cívicos, mas que têm um interesse em como as decisões políticas afetam sua vida.

Além disso, é importante incluir na comunicação aqueles que já têm um envolvimento mínimo ou interesse em entender melhor o papel da Câmara e como suas decisões impactam o município, criando um convite para maior engajamento e participação.

Como dizer

A comunicação será feita em tom educativo e transparente, utilizando uma linguagem simples, objetiva e acessível. O objetivo é evitar jargões técnicos e garantir que as informações cheguem de forma clara, sem criar barreiras ao entendimento do público. A ideia é criar uma sensação de conexão e proximidade, fazendo com que o público se sinta convidado a participar ativamente.

Será fundamental o uso de exemplos práticos de como as decisões da Câmara impactam a vida diária das pessoas, utilizando stories, vídeos curtos, infográficos e ilustrações para desmistificar os processos legislativos.

A campanha também fará uso de testemunhos e depoimentos de pessoas que acompanharam as sessões ou participaram de momentos decisivos da Câmara, mostrando que a transparência e a participação são acessíveis e importantes para todos.

Quando dizer

A campanha será veiculada ao longo de 60 dias, com uma abordagem contínua para garantir o acompanhamento constante e a fixação da mensagem na mente da população.

- **Lançamento da campanha:** A campanha será iniciada com um vídeo explicativo nas redes sociais e rádio local, informando sobre o que são as sessões da Câmara e convidando a população a acompanhar.
- **Ações periódicas:** Durante os 60 dias, será realizada uma sequência de conteúdos informativos e engajadores, com posts semanais, transmissões ao vivo das sessões e enquetes que incentivam o engajamento.
- **Pico de engajamento:** O período de maior divulgação será nos dias que antecedem as sessões mais importantes, incentivando a participação ativa e acompanhando discussões que envolvem diretamente a população.

Que meios utilizar

A campanha será multicanal, utilizando diferentes plataformas de comunicação para garantir um alcance amplo e eficaz, com base no comportamento de consumo de mídia da população de Caieiras. A escolha dos meios visa maximizar o impacto da mensagem, garantindo que o público tenha acesso à informação em formatos diversos.

Meios principais:

A campanha será multicanal, utilizando diferentes plataformas de comunicação para garantir um alcance amplo e eficaz, com base no comportamento de consumo de mídia da população de Caieiras. A escolha dos meios visa maximizar o impacto da mensagem, garantindo que o público tenha acesso à informação em formatos diversos.

1. Mídias Digitais

- **Redes Sociais:**
 - Facebook e Instagram: Criar postagens regulares, vídeos curtos e Stories, convidando a população a acompanhar as sessões ao vivo, participar de enquetes e interagir com as decisões da Câmara.
 - YouTube: Criar vídeos mais elaborados, como "como funciona a Câmara", e entrevistas com vereadores para desmistificar o processo legislativo, além de transmissões ao vivo das sessões.

- **Site Institucional da Câmara:**
 - Disponibilizar uma seção interativa com transmissões ao vivo das sessões, resumos das decisões, informações sobre como participar e contribuir nas sessões.
 - Criar um blog ou área de notícias para manter a população informada sobre as principais decisões da Câmara e o impacto delas na cidade.

- **WhatsApp:**
 - Utilizar grupos de WhatsApp para informar rapidamente a população sobre as datas das sessões, temas importantes, ou resultados de votações. O WhatsApp é uma excelente ferramenta de diálogo direto e pode ajudar a criar uma comunidade de cidadãos engajados.

2. Mídias Tradicionais

- **Rádio Local:**
 - Spots de rádio com mensagens curtas e diretas convidando a população a acompanhar as sessões, explicando como a participação ativa pode influenciar as decisões. Programas ao vivo com vereadores para discutir o impacto das votações e convidar os cidadãos a se engajar.

- **Jornais Locais e Panfletos:**
 - Anúncios e artigos em jornais locais explicando o funcionamento da Câmara e como os cidadãos podem se envolver. Distribuição de panfletos nos principais pontos da cidade, como praças, escolas e centros de saúde, destacando o convite para acompanhar e participar das sessões.

- Infográficos sobre como as decisões da Câmara afetam diretamente o dia a dia da população, usando uma linguagem clara e acessível.

- **Painéis e Outdoors:**

- Anúncios em locais estratégicos da cidade (praças, centros comerciais, terminais de ônibus), com mensagens simples e impactantes como "A Câmara está mais próxima de você do que nunca. Participe!".
- QR Codes para facilitar o acesso ao site e plataformas digitais da Câmara.

3. Meios Eletrônicos

- **TV Local:**

- Criação de peças publicitárias para serem transmitidas em canais de TV locais, como entrevistas, programas de esclarecimento sobre o papel da Câmara Municipal e como as pessoas podem acompanhar as sessões ao vivo.
- Transmissão ao vivo de algumas sessões em horários acessíveis para alcançar aqueles que não possuem acesso à internet.

5. Estratégias de Engajamento

- **Ações de Gamificação:**

- Criar competências interativas nas redes sociais ou no site institucional, como quizzes e desafios sobre o funcionamento da Câmara e a importância da participação cívica. Oferecer prêmios simbólicos para incentivar o engajamento, como ingressos para eventos ou encontros com vereadores.

-

- **Aplicativo da Câmara (se viável):**

- Desenvolver um aplicativo móvel que permita aos cidadãos receber notificações sobre sessões, votações e resultados de forma personalizada. O aplicativo também poderia permitir que os cidadãos enviassem sugestões ou comentários diretamente para os vereadores.

c- Idéia Criativa

Ideia Central: A campanha publicitária da Câmara Municipal de Caieiras será desenvolvida com base no conceito "Conhecer para Crescer", que destaca a

relação direta entre informação e progresso social. A ideia criativa visa transformar um tema tradicionalmente percebido como burocrático e distante em algo acessível, relevante e envolvente para a população, promovendo a transparência e estimulando a participação cidadã.

Abordagem Criativa: A comunicação será pautada em uma narrativa clara, objetiva e envolvente, utilizando elementos visuais e textuais que transmitam proximidade e acolhimento. O tom será educativo e motivacional, reforçando que o conhecimento sobre o funcionamento da Câmara Municipal impacta diretamente o cotidiano dos cidadãos.

Será utilizada uma linguagem descomplicada e moderna, afastando-se de jargões técnicos e priorizando uma comunicação direta, com exemplos práticos e cotidianos que demonstrem a importância das decisões legislativas para a cidade.

Elementos Criativos:

- **Slogan:** "Conhecer para Crescer"
- **Identidade Visual:** Design moderno e amigável, com cores institucionais combinadas a elementos visuais que remetem à inclusão e ao engajamento comunitário.
- **Conteúdo Audiovisual:** Utilização de vídeos curtos, infográficos e animações para explicar de forma didática o funcionamento da Câmara e o impacto das sessões legislativas.
- **Narrativas Humanizadas:** Depoimentos reais de cidadãos, líderes comunitários e vereadores destacando a importância da participação popular.
- **Interatividade:** Enquetes, quizzes e desafios gamificados nas redes sociais e site institucional para estimular o aprendizado sobre o papel da Câmara.

Aplicabilidade da Ideia Criativa: A ideia criativa será aplicada em todos os materiais da campanha, garantindo coesão entre os diferentes canais de comunicação. A identidade visual e a linha editorial serão padronizadas para fortalecer o reconhecimento da campanha e maximizar seu impacto.

A estratégia incluirá a presença nos meios digitais, com conteúdos interativos e transmissões ao vivo, além de ações offline, como spots de rádio, materiais impressos e outdoors estrategicamente posicionados na cidade. O uso de multiplataformas garante maior alcance e engajamento, promovendo o fortalecimento da relação entre a Câmara e os cidadãos.

Relação das Peças da Campanha A campanha contará com um conjunto de peças estratégicas para garantir ampla divulgação e engajamento do público. As peças planejadas incluem:

Peças Digitais:

- **Posts para Redes Sociais** (Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter)
- **Stories Interativos** (Enquetes, Quiz e Perguntas)
- **Vídeos Institucionais** (Reels e TikTok)
- **Banners para Site e Blog**
- **E-mail Marketing** (Newsletters e Comunicados Oficiais)
- **Anúncios Patrocinados** (Facebook Ads e Google Ads)

Peças Impressas:

- **Banners e Faixas** (para eventos e locais públicos)
- **Cartazes Informativos** (postos de atendimento e prédios públicos)
- **Folder Explicativo** (distribuição em ações presenciais)

Peças Audiovisuais:

- **Spots para Rádio** (chamadas institucionais)
- **Vídeos Publicitários** (produção de material para TV e redes sociais)

Eventos e Ações Presenciais:

- **Palestras e Workshops** (em parceria com instituições locais)
- **Ações Comunitárias** (com distribuição de materiais informativos)
- **Coletivas de Imprensa** (divulgação oficial das iniciativas)
- **Campanhas de Conscientização** (datas comemorativas e temas sociais)

Essas peças serão desenvolvidas com identidade visual alinhada à comunicação da Câmara Municipal de Caieiras, garantindo consistência e fortalecimento da marca institucional.

Nesta seção, apresentamos exemplos visuais das peças que compõem a campanha, destacando os principais elementos de design, mensagens-chave e formatos utilizados para engajar o público-alvo.

Identidade Visual e Diretrizes de Design

As peças seguem uma identidade visual consistente, com paleta de cores, tipografia e elementos gráficos alinhados à proposta da campanha. O design prioriza a clareza da informação e a harmonia visual, garantindo reconhecimento imediato da marca.

Exemplos de Peças

Postagens para Redes Sociais

- **Post Carrossel:** Apresentação interativa de informações sobre o produto/serviço.
- **Post Estático:** Imagem principal acompanhada de legenda estratégica.
- **Stories Animados:** Conteúdo dinâmico para engajamento rápido.
- **Reels/Vídeos Curtos:** Demonstração de produtos/serviços com chamada para ação.

Materiais Impressos

- **Folder Informativo:** Resumo da campanha com informações essenciais.
- **Cartaz Promocional:** Peça visual de grande impacto para exposição.
- **Flyer:** Material compacto para distribuição direta ao público.

Anúncios Digitais

- **Banners Web:** Aplicados em websites e plataformas digitais.
- **Anúncios em Stories e Feed:** Adaptados para Facebook, Instagram e TikTok.
- **Google Display Ads:** Peças otimizadas para campanhas de remarketing.

Justificativa dos Exemplos

As peças serão desenvolvidas com base nas melhores práticas de comunicação visual e marketing digital, garantindo coerência entre os canais e impactando positivamente o público-alvo. Cada formato foi selecionado estrategicamente para maximizar o alcance e engajamento da campanha.

As prévias visuais serão apresentadas no anexo ou link de compartilhamento das artes finais.

Estratégia de Mídia ON e OFF

A estratégia de mídia desenvolvida para a Câmara Municipal de Caieiras tem como objetivo informar a população sobre o funcionamento das sessões legislativas, promovendo transparência e engajamento cívico. O plano combina ações ON e OFF, utilizando canais digitais e tradicionais para alcançar diferentes públicos de forma eficiente. Com um orçamento de R\$150.000,00 e veiculação de 60 dias, as ações foram planejadas para maximizar o alcance e estimular a participação dos cidadãos, fortalecendo a conexão entre o legislativo e a comunidade.

Mídia ON

Redes Sociais (Facebook, Instagram):

Objetivo: Divulgar conteúdos educativos sobre o papel das sessões legislativas e transmitir ao vivo as reuniões.

Formato: Postagens patrocinadas (cards, vídeos curtos, carrosséis), stories interativos e transmissões ao vivo.

Investimento: R\$40.000,00

Site Oficial da Câmara:

Objetivo: Centralizar informações sobre as sessões legislativas e publicar materiais institucionais.

Formato: Atualização de banners e criação de artigos explicativos.

Investimento: R\$5.000,00

Google Ads (Rede de Pesquisa e Display):

Objetivo: Direcionar tráfego para o site oficial e aumentar a visibilidade da campanha.

Formato: Anúncios em pesquisa e banners em sites locais.

Investimento: R\$15.000,00

Mídia OFF

TV Local:

Objetivo: Alcançar ampla audiência com conteúdos informativos sobre o papel da Câmara e as sessões legislativas.

Formato: Comerciais ou matérias de pautas importantes da Câmara de 30 segundos exibidos em horários de alta audiência.

Investimento: R\$30.000,00

Portais de Comunicação Local (incluindo Jornais Impressos):

Objetivo: Informar sobre o calendário das sessões e divulgar matérias educativas.

Formato: Anúncios e encartes explicativos em versões digitais e impressas.

Investimento: R\$20.000,00

Rádio Local:

Objetivo: Transmitir mensagens sobre a importância da participação cívica e anunciar as sessões.

Formato: Spots de 30 segundos em horários estratégicos.

Investimento: R\$15.000,00

Outdoor:

Objetivo: Destacar mensagens chave da campanha e informar sobre o papel da Câmara.

Formato: Outdoors localizados em áreas de grande circulação.

Investimento: R\$ 25.000,00

Resumo do investimento por veículo

| Veículo | Investimento (R\$) |
|---|----------------------|
| ON | |
| Redes Sociais (Meta Facebook e Instagram) | R\$40.000,00 |
| Site Oficial | R\$5.000,00 |
| Google Ads | R\$15.000,00 |
| Subtotal ON | R\$60.000,00 |
| | |
| OFF | |
| TV Local | R\$30.000,00 |
| Portais de Comunicação | R\$20.000,00 |
| Rádio | R\$15.000,00 |
| Outdoor | R\$25.000,00 |
| Subtotal OFF | R\$90.000,00 |
| | |
| Total Geral | R\$150.000,00 |

Amos S.

