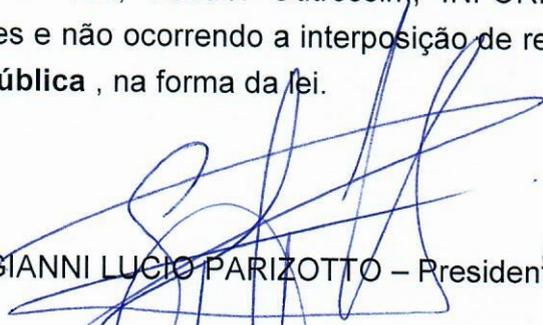


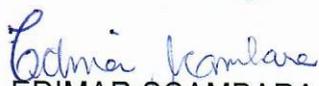


CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE PROPOSTAS DE PREÇOS

A Comissão Especial de Licitação da Prefeitura de Caçador-SC, instituída pelo Decreto nº 7.847, de 01 de novembro de 2018, com base nas condições estabelecidas do Instrumento Convocatório da Tomada de Preços nº 15/2018 – Processo Licitatório nº 182/2018, com vistas à CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, ATOS OFICIAIS DE CARÁTER EDUCATIVO E INFORMATIVO QUE SEJAM DE INTERESSE DO MUNICÍPIO CAÇADOR - SC, CONFORME ESTABELECE A LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010., **CONVOCA** os interessados para participar da **Segunda Sessão Pública**, a realizar-se no dia **01 de Fevereiro de 2019, às 13h30 min**, na sala do Pregão nº 104, localizada na Sede da Prefeitura Municipal de Caçador, Av. Santa Catarina, nº 195, Centro. Outrossim, INFORMA que, estando os interessados presentes e não ocorrendo a interposição de recursos, será marcada a **Terceira Sessão Pública**, na forma da lei.


GIANNI LUCIO PARIZOTTO – Presidente

LUCAS FILIPINI CHAVES – Membro


EDIMAR SCAMBARA - Membro

Caçador**PREFEITURA****CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE PROPOSTAS DE PREÇOS - PUBLICIDADE - TP15/2018 - PL182/2018**

Publicação Nº 1891261

CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DOS ENVELOPES DE PROPOSTAS DE PREÇOS

A Comissão Especial de Licitação da Prefeitura de Caçador-SC, instituída pelo Decreto nº 7.847, de 01 de novembro de 2018, com base nas condições estabelecidas do Instrumento Convocatório da Tomada de Preços nº 15/2018 – Processo Licitatório nº 182/2018, com vistas à CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, ATOS OFICIAIS DE CARÁTER EDUCATIVO E INFORMATIVO QUE SEJAM DE INTERESSE DO MUNICÍPIO CAÇADOR - SC, CONFORME ESTABELECE A LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010., CONVOCA os interessados para participar da Segunda Sessão Pública, a realizar-se no dia 01 de Fevereiro de 2019, às 13h30 min, na sala do Pregão nº 104, localizada na Sede da Prefeitura Municipal de Caçador, Av. Santa Catarina, nº 195, Centro. Outrossim, INFORMA que, estando os interessados presentes e não ocorrendo a interposição de recursos, será marcada a Terceira Sessão Pública, na forma da lei.

GIANNI LUCIO PARIZOTTO – Presidente

L S FILIPINI CHAVES – Membro

EDIMAR SCAMBARA - Membro

DECRETO Nº 7.983

Publicação Nº 1892041

DECRETO Nº 7.983, de 29 de janeiro de 2019.

Designa servidor para exercer fiscalização de atas de registro de preços.

O SECRETÁRIO MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO, com competência delegada pelo PREFEITO MUNICIPAL DE CAÇADOR, através do Decreto nº 7.414, de 16 de fevereiro de 2018,

DECRETA:

Art. 1º Fica designado o Servidor Adalberto Gomes Ribeiro, para exercer a fiscalização das Atas de Registro de Preços nºs 17, 18, 19, 20 e 21/2019, vinculadas ao Processo Licitatório nº 101/2018, Pregão Presencial nº 063/2018, que tem por objeto o registro de preços para eventual e futura aquisição de materiais de informática para a manutenção das unidades escolares da rede de ensino do Município de Caçador.

Art. 2º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Registre-se e Publique-se.

Gabinete do Secretário Municipal da Administração, em 29 de janeiro de 2019.

Antonio Carlos Castilho – SECRETÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO.

DECRETO Nº 7.984

Publicação Nº 1892042

DECRETO Nº 7.984, de 29 de janeiro de 2019.

Designa servidora para exercer fiscalização de contrato administrativo.

O SECRETÁRIO MUNICIPAL DA ADMINISTRAÇÃO, com competência delegada pelo PREFEITO MUNICIPAL DE CAÇADOR, através do Decreto nº 7.414, de 16 de fevereiro de 2018,

DECRETA:

Art. 1º Fica designada a Servidora Louise Pereira Ruppel para exercer a fiscalização do Contrato Administrativo nº 001/2019, vinculado ao

pregoeiro@cacador.sc.gov.br

De: "Jeime Vieira" <jeime@dohmacomunicacao.com.br>
Data: quarta-feira, 30 de janeiro de 2019 18:13
Para: <pregoeiro@cacador.sc.gov.br>
Assunto: Re: Abertura de nova sessão para licitação da PUBLICIDADE

Grato pelo retorno.

Recomendo a correção e reenvio aos licitantes, como princípio de transparência.

Att.,



Em 30 de jan de 2019, à(s) 18:04, <pregoeiro@cacador.sc.gov.br>
<pregoeiro@cacador.sc.gov.br> escreveu:

Prezado Jaime,

Analisando o ofício de convocação, cabeçalho, informo que realmente houve o vício de convocação, mas que poderá ser desconsiderado porque iremos analisar a fase classificatória das propostas técnicas, abrindo-se o prazo para recurso, caso seja interesse dos licitantes.

Att. Lucas Filipini Chaves

From: Jeime Vieira
Sent: Wednesday, January 30, 2019 11:35 AM
To: pregoeiro@cacador.sc.gov.br
Subject: Re: Abertura de nova sessão para licitação da PUBLICIDADE

Bom dia, Lucas!

Já saiu o resultado da avaliação da subcomissão sobre os envelopes 1 e 3, bem como ATAs referentes?

Se não saiu, como a comissão licitatório deseja abrir as propostas de preços sem ter o resultado e classificação das licitantes, bem como o cumprimento dos prazos de recurso devidos nestes casos.

Aguardo retorno.

Att.,

<Ass-do-Jeime_DIRETOR.png>

Em 29 de jan de 2019, à(s) 14:11, <pregoeiro@cacador.sc.gov.br>
<pregoeiro@cacador.sc.gov.br> escreveu:

Prezados licitantes,

Informamos que será aberta a nova sessão pública para abertura dos envelopes de propostas dos interessados no dia 01/02/2019 às 13h30 min.

Att. Lucas Filipini Chaves

Pregoeiro

Telefone (49) 3666-2431

<Convocação - Abertura dos envelopes de propostas - Publicidade.pdf>

pregoeiro@cacador.sc.gov.br

De: <pregoeiro@cacador.sc.gov.br>
Data: quarta-feira, 30 de janeiro de 2019 18:07
Para: <jeime@dohmacomunicacao.com.br>; <glaucio@voodoo.ag>; <tiepo@agenciatig.com.br>; <contato@temperopropaganda.com.br>
Assunto: RETIFICAÇÃO DA SESSÃO PÚBLICA DA LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE

Prezados,

Analisando o ofício de convocação, informo que realmente houve o vício de convocação, mas que poderá ser desconsiderado porque iremos analisar a fase classificatória das propostas técnicas, abrindo-se o prazo para recurso, caso seja interesse dos licitantes.

Att. Lucas Filipini Chaves
Pregoeiro
Prefeitura Municipal de Caçador
Telefone (49) 3666-2433

ENVELOPES Nº 02
(julgamento das propostas técnicas)
Comissão Especial de
Licitações



ATA nº 03 – SESSÃO DE ABERTURA DO INVÓLUCRO Nº 2 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA) E DE JULGAMENTO DE PROPOSTAS TÉCNICAS.

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, COMPREENDENDO PLANEJAMENTO, ESTUDO, PESQUISA, CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS À VEICULAÇÃO E CONTROLE DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS E INSTITUCIONAIS, ATOS OFICIAIS DE CARÁTER EDUCATIVO E INFORMATIVO QUE SEJAM DE INTERESSE DO MUNICÍPIO CAÇADOR - SC, CONFORME ESTABELECE A LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Às 13h30 min. do dia 01 de fevereiro 2019, na sala do Departamento de Licitação do Município de Caçador, situada na Avenida Santa Catarina, n.º 195, nesta cidade, reuniu-se a Comissão Especial de Licitação designada pelo Decreto n.º 7.847/2018, composta por: GIANNI LUCIO PARIZOTTO, na presidência, LUCAS FILIPINI CHAVES e EDIMAR SCAMBARA como membros, para abertura dos INVÓLUCROS Nº 02 (identificado), contendo PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação Publicitária. Aberta a sessão, nos termos do item 2, inciso X, alínea “a” a “d” do instrumento convocatório, foi solicitado que os presentes se identificassem, constatando a presença somente dos seguintes representantes: Sr. Thiarles Reginaldo de Souza, licitante credenciado da empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME e preposto não credenciado, Senhor Sandro Tobias, ante a falta de apresentação da procuração da empresa AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA. Ausente os demais prepostos das empresas DOHMA CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO LTDA ME e GRÃO SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO LTDA. Ato contínuo, a Comissão Especial de Licitação procedeu a abertura dos INVÓLUCROS Nº 02, passando em seguida à confrontação do seu conteúdo com o constante dos INVÓLUCROS Nº 01, identificada a autoria do conteúdo dos INVÓLUCROS Nº 01, passou-se à demonstração das pontuações atribuídas pelas

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature, a small signature, and the number 8.



Subcomissão Técnica a cada quesito das Propostas Técnicas, obtendo-se o seguinte resultado:

NOTAS COMISSÃO TÉCNICA
Plano de Comunicação Publicitária (Envelope 1)

Campanha: Feliz da cidade que vê o futuro chegar pelas vias certas	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Raciocínio básico (max. 10 pontos)	3,20	3,20	3,15	9,55
Estratégia de comunicação publicitária (max. 20 pontos)	6,40	6,33	6,33	19,06
Ideia criativa (max. 20 pontos)	5,20	5,20	5,42	15,82
Estratégia de mídia e não mídia (max. 10 pontos)	1,20	1,70	1,40	4,30
Média geral	16,00	16,43	16,30	48,73

Campanha: Juntos desenhamos o futuro	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Raciocínio básico (max. 10 pontos)	2,30	2,48	2,41	7,19
Estratégia de comunicação publicitária (max. 20 pontos)	6,00	6,10	5,98	18,08
Ideia criativa (max. 20 pontos)	3,20	3,10	2,80	9,10
Estratégia de mídia e não mídia (max. 10 pontos)	3,33	2,90	3,20	9,43
Média geral	14,83	14,58	14,39	43,80

Campanha: Nos trilhos da história construímos o futuro	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Raciocínio básico (max. 10 pontos)	3,30	3,30	3,30	9,90
Estratégia de comunicação publicitária (max. 20 pontos)	6,66	6,52	6,66	19,84
Ideia criativa (max. 20 pontos)	6,50	6,50	6,66	19,66
Estratégia de mídia e não mídia (max. 10 pontos)	3,20	3,33	3,00	9,53
Média geral	19,66	19,65	19,62	58,93

Campanha: Reviva	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Raciocínio básico (max. 10 pontos)	3,30	3,29	3,30	9,89
Estratégia de comunicação publicitária (max. 20 pontos)	3,20	2,80	4,30	10,30
Ideia criativa (max. 20 pontos)	6,00	5,70	5,92	17,62
Estratégia de mídia e não mídia (max. 10 pontos)	1,40	1,30	1,30	4,00
Pontuação final	13,90	13,09	14,82	41,81

Por conseguinte, foram identificadas as seguintes campanhas: **“Nos Trilhos da História Construímos o Futuro”** da empresa AGÊNCIA DE PUBLICIDADE TIG LTDA, CNPJ 14.175.362/0001-28 com pontuação final de 58,93; **“Feliz da Cidade que vê o futuro chegar pelas vias certas”** da empresa GRÃO SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO LTDA, CNPJ 092.125.530/0001-82 com pontuação final de 48,73; **“Juntos Desenhamos o Futuro”** da empresa TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME., CNPJ 19.786.204/0001-28 com pontuação final de 43,80 e, por fim, a campanha **“Reviva”** da empresa DOHMA CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO LTDA ME., CNPJ 10.317.764/0001-69 com



pontuação final de 41,81. Quanto ao plano de comunicação (conjunto de informações envelope 3) são os seguintes resultados:

NOTAS COMISSÃO TÉCNICA
Plano de Comunicação Publicitária (Envelope 3)

Licitante: Dohma Comunicação	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	1,50	1,50	1,60	4,60
Repertório (max. 15 pontos)	4,00	3,90	4,20	12,10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	10,50	10,40	10,80	31,70

Licitante: Voodoo Branded Content	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	2,90	3,33	2,80	9,03
Repertório (max. 15 pontos)	4,20	4,40	4,40	13,00
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	12,10	12,73	12,20	37,03

Licitante: Temporo Propaganda	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,20	3,25	3,21	9,66
Repertório (max. 15 pontos)	3,80	4,80	3,90	12,50
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	12,00	13,05	12,11	37,16

Licitante: TIG Comunicação	Notas			
	Membro 1	Membro 2	Membro 3	Final
Capacidade de Atendimento (max. 10 pontos)	3,33	3,33	3,33	9,99
Repertório (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (max. 15 pontos)	5,00	5,00	5,00	15,00
Média geral	13,33	13,33	13,33	39,99

Dessa forma, em atendimento ao disposto no Edital e para fins de alcançar a NPT, a Comissão apresenta a somatória das Notas descritas nas planilhas supra.

Proponente:	Dohma Ltda.	Grão Serv Ltda.	Temporo Ltda.	TIG Ltda.
Nota Env. 1	41,81	48,73	43,80	58,93
Nota Env. 3	31,70	37,03	37,16	39,99
Total	73,51	85,76	80,96	98,92

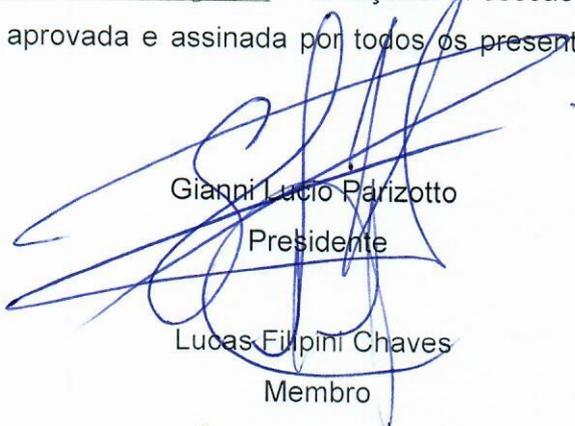
Portanto, neste momento do procedimento a classificação é a seguinte:

1. TIG Ltda. = 98,92 pontos.
2. Grão Ltda. = 85,76 pontos.
3. Temporo Ltda. = 80,96 pontos.

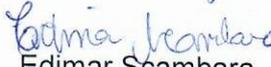


4. Dohma Ltda. = 73,51 pontos.

Conforme as razões apresentadas pela Subcomissão Técnica, ocorreram desconformidades em duas propostas as quais são as seguintes: "A proposta "Reviva" foi desclassificada por conta de ter utilizado o valor de referência de R\$596.834,17 nos itens "Estratégia de Comunicação Publicitária" e "Estratégia de Mídia Não Mídia", quando o Edital prevê, no máximo R\$50 mil. Já a proposta "Juntos Desenhamos o Futuro" apresentou o Plano de Comunicação Publicitária em 17 páginas, quando o edital prevê no máximo, 12 páginas.". Portanto, considerando as disposições supra, esta Comissão com supedâneo nas definições trazidas à baila pela Subcomissão Técnica proclama o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica. As razões e registros apreciados pela subcomissão técnica, se encontram relacionados a esta Ata Circunstanciada. A Comissão faz constar, também, que o resultado da Proposta Técnica será publicado no Diário Oficial dos Municípios de Caçador-SC no dia 04 de fevereiro de 2019, bem como no site da Prefeitura no link www.cacador.sc.gov.br – licitações. A sessão pública foi encerrada às 15h50 min., na qual aprovada e assinada por todos os presentes, encerrando-se desse modo à sessão.


Gianni Lucio Parizotto
Presidente

Lucas Filippini Chaves
Membro


Edimar Scambara
Membro


Thiarles Reginaldo de Souza
TEMPERO PROPAGANDA LTDA ME



(1)

[Página inicial \(/site/\)](#) / [Atos \(/site/?r=ato/index\)](#) / 1897601

Informações do ato N°1897601

[Editar \(/site/?r=ato/update&id=1897601\)](#)
[Excluir](#)

Os documentos cadastrados que desobedecerem as **Normas de Publicação** ([?r=site/page&view=regras_domsc](#)), principalmente se de extensão .pdf, serão cancelados.

- O ato cancelado terá seu status alterado no sistema, assumindo o status de cancelado;
- É de responsabilidade do usuário que cadastrou o ato a verificação da publicação ou cancelamento do mesmo.

Aviso do Administrador	Nenhuma mensagem
Nome	Prefeitura municipal de Caçador
Usuário	Lucas Filipini Chaves
Situação	Novo
Data de Cadastro	01/02/2019 18:29:41
Data de Atualização	01/02/2019 18:30:05
Data de Publicação	04/02/2019
Categoria	Licitações
Título	ATA N° 03 – SESSÃO DE ABERTURA DO INVÓLUCRO N° 2 (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA) E DE JULGAMENTO DE PROPOSTAS TÉCNICAS - PL 182/2018 - TP 15/2018
Arquivo Fonte do Ato	1549053003_ata_n_3_abertura_do_invlucro_n_02.doc (https://www.diariomunicipal.sc.gov.br/arquivosbd/atos/1549053003_ata_n_3_abertura_do_invlucro_n_02.doc)
Conteúdo	<p>proposta de que se o vencedor a proposta técnica apresentada por conta do valor de referência de R\$596.834,17 nos itens “Estratégia de Comunicação Publicitária” e “Estratégia de Mídia Não Mídia”, quando o Edital prevê, no máximo R\$50 mil. Já a proposta “Juntos Desenhemos o Futuro” apresentou o Plano de Comunicação Publicitária em 17 páginas, quando o edital prevê no máximo, 12 páginas.”. Portanto, considerando as disposições supra, esta Comissão com supedâneo nas definições trazidas à baila pela Subcomissão Técnica proclama o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica. As razões e registros apreciados pela subcomissão técnica, se encontram relacionados a esta Ata Circunstanciada. A Comissão faz constar, também, que o resultado da Proposta Técnica será publicado no Diário Oficial dos Municípios de Caçador-SC no dia 04 de fevereiro de 2019, bem como no site da Prefeitura no link www.cacador.sc.gov.br (http://www.cacador.sc.gov.br/) – licitações. A sessão pública foi encerrada às 15h50 min., na qual aprovada e assinada por todos os presentes, encerrando-se desse modo à sessão.</p> <p>Gianni Lucio Parizotto Presidente Lucas Filipini Chaves Membro</p>

Plano de comunicação publicitária

Raciocínio básico

Conhecida como a capital industrial do Meio-Oeste catarinense, Caçador é um município de Santa Catarina que está localizada na foz do rio Caçador no rio do Peixe, a 920 metros de altitude. Com uma população estimada (2017) em 77.323, Caçador é o município mais populoso da Região Metropolitana do Contestado, 16º de Santa Catarina e o 422º do Brasil. Inicialmente chamada de Rio Caçador, que era o nome da estação ferroviária original, localizada no km 133 deste trecho à margem esquerda do rio do Peixe, em território catarinense, foi elevado a município em 22 de fevereiro de 1934, com território desmembrado de Campos Novos, Cruzeiro, Curitibaanos e Porto União. Em 25 de março de 1934 foi criado o Município de Caçador.

Caçador tem sua economia baseada na indústria de base florestal, mas contando também com empresas de material plástico e metalmeccânica. Conta ainda com um comércio bastante forte, sendo um polo regional, abrigando lojas de grandes redes nacionais. Pertence à região Meio-Oeste de Santa Catarina, sendo a 15ª maior cidade do Estado, a maior da região e a segunda maior do grande Oeste. A cidade conta com um aeroporto de 1.875m x 30m. Faz limites com Calmon, Rio das Antas, Videira, Macieira, Lebon Régis, Salto Veloso e Palmas (PR).

Conforme solicitado no briefing do presente edital, a campanha publicitária deve focar no Projeto Parque Linear, projeto de urbanização das áreas lindeiras ao Rio do Peixe e Linha Férrea que visa melhorar a mobilidade urbana e integrar as áreas isoladas e inacessíveis da cidade, além de promover o esporte, lazer e bem-estar da população da cidade de Caçador. O projeto pretende interligar toda a cidade através da linha férrea, transformando o seu entorno, ampliando as oportunidades de lazer e esporte, melhorando o transporte, trazendo saúde e qualidade de vida para todos os caçadorenses.

A definição de um parque linear é um parque dentro de uma área urbana ou suburbana que é geralmente mais comprida do que larga. Apesar de estarem associadas normalmente a cursos d'água, como canais e córregos, existem exemplos de parques lineares construídos em cima de ferrovias abandonadas ou ao longo de muralhas, linhas de transmissão de energia elétrica, rodovias e até costa marítima.

O projeto Parque Linear retrata uma luta da sociedade organizada da cidade, na busca de preservar os bens naturais, como o Rio do Peixe, e resgatar a história do município através da revitalização da linha férrea, que entre outras histórias, está a Guerra do Contestado, numa região rica em erva-mate e madeira, disputada pelos estados brasileiros do Paraná e de Santa Catarina.

Com a criação do Parque, fauna e flora às margens do rio também passam a receber atenção especial, promovendo uma ação positiva para uma região tão prejudicada por desgastes ambientais. A urbanização e integração da população da cidade sempre foi um sonho da população de Caçador, pois é através dela que se dará o início a um projeto de maior desenvolvimento do município.

O projeto nasce da necessidade indispensável de um olhar mais profundo a respeito do uso e ocupação do espaço urbano de Caçador, destacando-se neste contexto o Rio do Peixe e os trilhos da antiga linha férrea São Paulo - Rio Grande do Sul, que é a espinha dorsal que sustentará a proposta para uma nova cidade, um eixo de ligação que em seus 8 quilômetros e meio conecta norte e sul, fazendo uma Caçador mais integrada e acessível. Essa intervenção na malha urbana tem seu conceito norteado por quatro eixos: mobilidade urbana; reordenamento territorial; recuperação ambiental e resgate histórico e cultural.

O eixo mobilidade urbana prevê a elaboração de projetos de execução de obras que melhorem a condição de circulação das pessoas, investindo na infraestrutura viária existente, ampliando a oferta de transporte alternativo sustentável assim como a melhoria do sistema de transporte público. O eixo reordenamento territorial prevê novos usos para áreas de preservação ambiental e áreas de risco ao longo das margens do Rio do Peixe e

dos trilhos da linha férrea, inoperante há décadas, reconectando estas áreas ao contexto urbano e social. O eixo recuperação ambiental cuidará da manutenção das áreas verdes no entorno dos trilhos, pois para correto uso dos espaços é fundamental a preservação dos elementos naturais, arborização, flora e fauna ao longo deste corredor ecológico às margens do Rio do Peixe. Por fim o eixo resgate histórico e cultural tem seu foco em pensar no amanhã sem esquecer o ontem. O patrimônio histórico, cultural e artístico de uma região é crucial para identidade de um povo, e a relação entre a cidade de Caçador, a madeira, o Contestado e a memória ferroviária são os pilares deste eixo que busca revitalizar e propor novas utilizações aos monumentos e edificações existentes.

O projeto do parque é grandioso e sua implementação é planejada pelo IPUC (Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Caçador) de forma setorizada: setor Centro, setor Norte e setor Sul. Já em 2005 a cidade pode desfrutar da revitalização da Beira Rio, um projeto de sucesso que evoluiu mais tarde para o Parque Central José Rossi Adami, inaugurado em 2009. A rotina do parque central mudou completamente a paisagem urbana central de Caçador e a qualidade de vida de toda a população, confirmando definitivamente a importância de se pensar em uma cidade para as pessoas, com pontos de lazer, práticas recreativas, de esporte, cultura e interação social.

A primeira expansão do parque linear nasce no setor Norte, que prevê inicialmente a recuperação ambiental do espaço juntamente com a construção de pistas de caminhada e ciclovia, uma praça do bairro com áreas verdes, jardins, marcos simbólicos e históricos, áreas de convivência, atividades físicas e esportivas para todas as idades, além disso uma nova via existirá paralelamente ao projeto, ligando ruas existentes e melhorando o deslocamento viário da região.

Hoje, com sua nova política de repasse dos territórios em torno da ferrovia para os municípios, os projetos poderão finalmente avançar levando a cidade a um novo patamar de desenvolvimento urbano, social e cultural, melhorando a acessibilidade e mobilidade, reassentando famílias em situação degradante, recuperando áreas de preservação e transformando a malha urbana através de uma grande linha que mais do que ligar toda uma cidade, liga toda uma cidade a um novo futuro.

O primeiro passo foi dado em novembro de 2018 com o contrato de financiamento no valor de R\$ 5 milhões para investimento em mobilidade urbana, acessibilidade e infraestrutura no Parque Linear. Os recursos são da Caixa - Programa Financiamento à Infraestrutura e ao Saneamento (FINISA), na modalidade Despesa de Capital, para apoio financeiro.

De acordo com cronograma apresentado pelo município, as obras estão previstas para serem executadas em 10 etapas mensais. Assim, o recurso será liberado em 10 parcelas mensais, correspondendo a uma etapa a cada mês, mediante comprovação da execução da etapa da obra.

Diante dos dados apresentados, a campanha publicitária que será desenvolvida deve promover o projeto, divulgando os benefícios e as potencialidades que o Parque Linear trará para a cidade e município de Caçador pela sua relevância histórica e cultural, bem como a preservação e os cuidados com a Bacia do Rio do Peixe, utilizando-se de um plano de mídia e de estratégias de divulgação que reforce a imagem dos setores público e privado.

É possível verificar que Caçador tem feito muitas ações em benefício de sua população, porém muito precisa ser feito ainda. Essas ações precisam ser divulgadas da forma correta à população para que o bom exemplo se espalhe e todos tomem conhecimento dos benefícios que o ousado e grandioso Projeto Parque Linear trará a todos.

Estratégia de comunicação publicitária

Com a ideia de criar uma solução criativa e eficaz para resolver o desafio de comunicação apresentado no briefing do presente edital, foi pensado em um conceito de grande alcance, trazendo uma mensagem direta e clara para a população, com forte apelo emocional e envolvente, sendo fácil de lembrar e de ser compreendido.

É preciso divulgar os benefícios e as potencialidades que o Parque Linear trará para a cidade e município de Caçador pela sua relevância histórica e cultural, bem como a preservação e os cuidados com a Bacia do Rio do Peixe. O projeto inicial traz como slogan a frase “Uma grande ideia é como uma linha, ela continua”, o que mostra o propósito do parque para a cidade e os planos futuros da atual administração.

Além disso é importante frisar que não se trata apenas de um parque, mas sim de um centro histórico, de lazer, esporte e cultura, que proporcionará mais saúde para a população - recorrendo menos aos hospitais, oferecerá ruas novas que melhorarão o tráfego, preencherá o vazio urbano que passa a ter um novo uso e realocará as pessoas que se encontram em áreas de risco, entre outros benefícios aos caçadorenses.

A presente campanha tem o desafio de criar empatia ao Projeto Parque Linear e orientar toda a população sobre o seu funcionamento e benefícios. É preciso fazer entender que o Parque Linear é um projeto desenvolvido para a população, sendo que ela precisa abraçar o projeto e ter como seu, algo que precisa ajudar a divulgar e cuidar.

Dessa forma o mote da campanha é “Juntos desenhamos o futuro”, conceito que leva o cidadão a entender que ele faz parte de todo o processo e do sucesso do projeto, ajudando a construir uma cidade cada dia melhor para se viver.

Como o parque ainda não está em funcionamento, todo o conceito da campanha foi defendido de uma forma a apresentar o parque ao cidadão, mostrando os benefícios que ele trará e defendendo que ele vai além de um simples parque, mas sim um projeto para orgulhar cada morador da cidade e encantar quem passar por Caçador.

Na arte principal foi utilizada uma montagem de pontos principais do parque a partir das imagens do projeto, criando uma imagem de grande impacto visual. É possível enxergar nas peças imagens de araucária (planta símbolo da região), pontes, bancos, brinquedos, pessoas, sinal da ferrovia, pássaros, trilho de trem e outros elementos que remetem ao projeto do Parque Linear. Do lado direito é possível visualizar imagens do projeto e de como ficarão alguns pontos do parque, dando ênfase para mirantes de visualização, pistas de corrida/caminhada, linha férrea e estrada paralela, brinquedos e ponte de ferro.

É possível localizar ainda no layout o logotipo e slogan do Parque Linear, remetendo aos demais materiais já divulgados em outros momentos, como o lançamento e pré-divulgação do parque acontecido entre 2017 e 2018. No rodapé é possível visualizar o endereço do site, do Facebook e do Instagram do município, além de um QRCode que ao ser lido pelos smartphones leva ao vídeo no canal do You Tube. Aparece também o brasão do município de Caçador juntamente com o slogan utilizado atualmente pela Prefeitura, e em destaque os quatro eixos principais defendidos pelo Parque Linear: mobilidade urbana; reordenamento territorial; recuperação ambiental e resgate histórico e cultural.

Mesmo com essa quantidade de informação, buscou-se um layout limpo e com cores agradáveis, remetendo aos tons de azul do município e às cores do parque linear. Ao fundo do layout, em forma de marca d'água, é possível visualizar levemente uma imagem aérea de Caçador.

Toda a linguagem textual e visual da campanha foi pensada para que a mensagem consiga chegar adequadamente ao seu público-alvo, e para divulgar essa campanha foram escolhidos meios convencionais de mídia e outros que se destacam por causar um impacto diferenciado. Os meios tradicionais são os anúncios de jornal, rádio e outdoor, atingindo leitores e ouvintes desses veículos de comunicação e aqueles que pela cidade passam, melhorando ainda dessa forma a imagem do município e consequentemente atraindo empresas que nele queiram se instalar. Já os meios alternativos envolvem divulgação

através da internet, principalmente portais de notícia, Facebook, Instagram e site do município.

Outra solução criativa com baixo custo e ótimo alcance é a produção de um flyer em formato 10x21 cm, para diferenciar de um panfleto comum (A5) e evitar que as pessoas joguem fora pensando se tratar de uma propaganda comum. Essa mídia impressa funcionará muito bem na campanha por ter um baixo custo. Além disso como esse material permite o uso de mais texto, terá a mesma arte na frente, dando união entre as peças, porém no verso haverá textos explicando o funcionamento do Parque Linear e a importância de cada um dos quatro eixos presentes em toda a campanha.

A campanha inova também na parte visual apresentada, mostrando uma arte de grande impacto visual com foco no assunto principal da peça e como complemento detalhes com cores vibrantes para criar maior identificação com todas as faixas etárias, utilizando cores que constam no Brasão do município, mantendo dessa forma o branding. Foi tomado grande cuidado para que a campanha traga conexão com a realidade do cidadão e produza o efeito necessário, fazendo com que ele sinta que aquilo foi feito para ele, além de não haver desperdício de investimentos.

No anúncio de jornal serão utilizados os mesmos elementos visuais aplicados no restante da campanha, objetivando manter a unicidade da comunicação, o que facilita a assimilação da mensagem e memorização. O jornal foi escolhido por ser um importante meio de disseminação de informação, ter grande fidelidade por parte dos leitores e cobertura local. O outdoor, por ser uma mídia de rápida visualização, precisa apresentar uma mensagem objetiva que em poucas palavras resuma o conceito da campanha. A informação direta é a principal característica deste meio, e também o alcance para atingir todas as faixas etárias da população, bem como seu ótimo custo/benefício. Quando apresentado em uma cidade ou região de forma constante, consegue transmitir a mensagem da campanha de maneira eficiente.

Outro ponto que se levou em conta ao realizar a presente campanha publicitária foi a economicidade dos investimentos, escolhendo veículos de comunicação e meios com o melhor custo/benefício para que a população entenda que mesmo na hora de divulgar suas ações, o Governo Municipal está preocupado com a aplicação do dinheiro. Para o rádio será trabalhado um spot de 30 segundos, o qual terá o texto adaptado para o seu formato, porém para essa mídia haverá um estilo descontraído para chamar mais atenção ainda para a mensagem. O spot começa com um diálogo entre duas pessoas, que no decorrer da conversa vão falando sobre o Parque Linear, trazendo uma mensagem leve e descontraída que diferencia ao ouvir esse anúncio nas rádios.

Sabendo da importância da internet nos dias atuais, redes sociais veicularão as artes, todas de acordo com a identidade da campanha. Através dos perfis do Facebook e Instagram do município, a rede social será usada para se conectar diretamente com o público.

Através desse conceito criativo, acompanhado de ações e materiais tradicionais e diferenciados, a campanha conseguirá atingir o público pretendido, cumprindo o desafio proposto e alcançando o seu objetivo principal que é divulgar os benefícios e as potencialidades que o Parque Linear trará para a cidade e município de Caçador pela sua relevância histórica e cultural, bem como a preservação e os cuidados com a Bacia do Rio do Peixe.

Para concentração da verba optou-se por divulgação da campanha somente no município de Caçador, que é onde está o público-alvo do problema em questão apresentado no briefing, durante os meses de janeiro a maio de 2019, com reforço nos primeiros meses de lançamento da campanha.

Ideia criativa
a) Jornal: layout



JUNTOS *desenhamos* O FUTURO

PARQUELINEAR
uma grande ideia e como uma linha... ela continua.

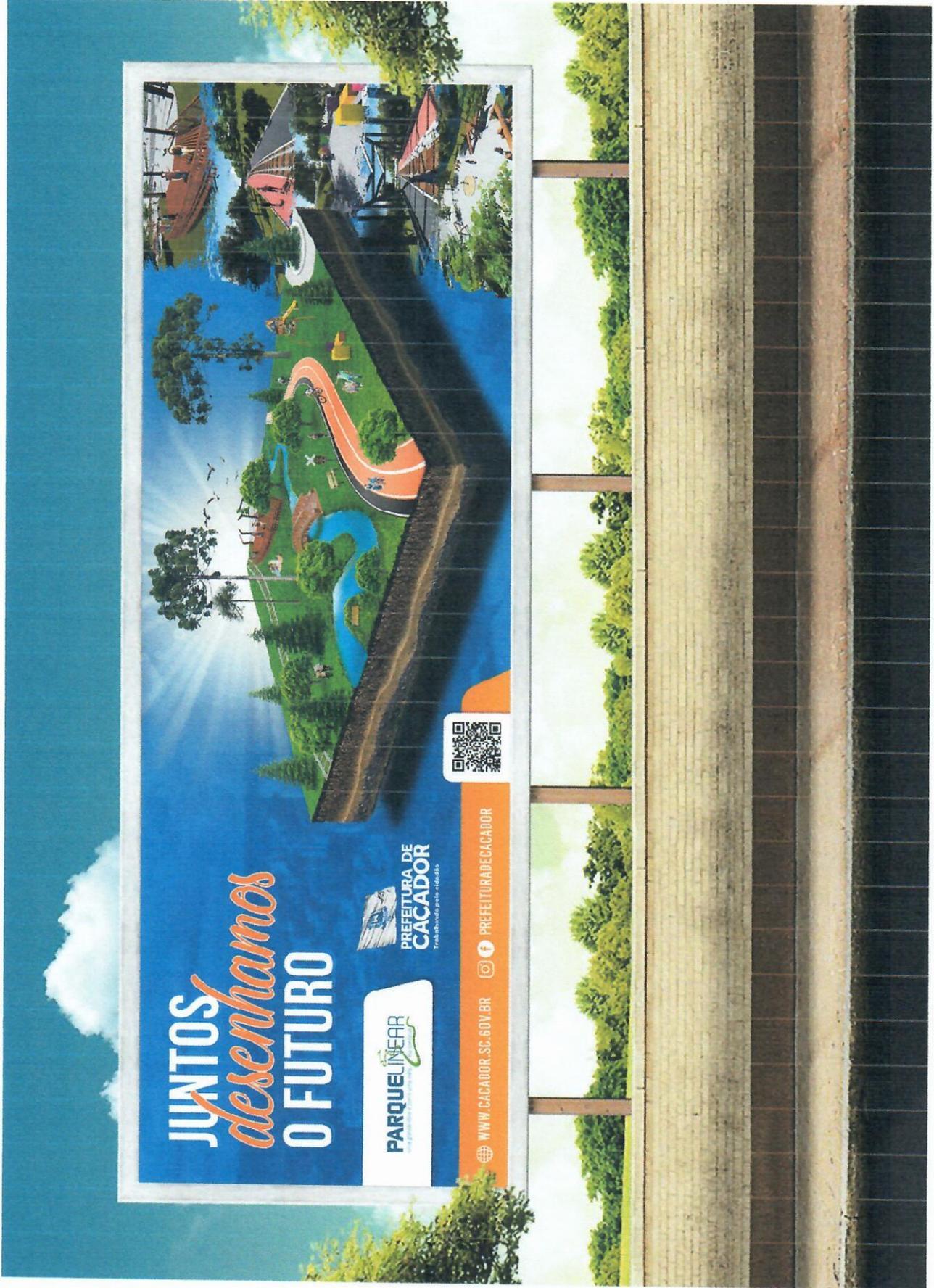
PREFEITURA DE CACADOR
Trabalhando pelo cidadão

- MOBILIDADE URBANA
- REORDENAMENTO TERRITORIAL
- RECUPERAÇÃO AMBIENTAL
- RESGATE HISTÓRICO E CULTURAL



WWW.CACADOR.SC.GOV.BR   **PREFEITURADECACADOR**

b) Outdoor: layout



c) Roteiro de VT

Vídeo	Áudio
<p>Aparece a cena de um rapaz e uma moça conversando, com a cidade de Caçador ao fundo. Inicia o diálogo, mostrando eles de corpo inteiro e depois focando no rosto de cada um enquanto falam.</p>	<p>Oi Paula, tudo bem?</p> <p>Tudo, e com você?</p> <p>Tudo também. Está sabendo do Parque Linear?</p> <p>Estou sim, pelo jeito vai ser muito legal.</p>
<p>Durante a narração, vão aparecendo tomadas relacionadas ao tema, como carros circulando na cidade, rios e árvores, pessoas circulando no parque, trilhos de trem, pessoas praticando esportes, crianças brincando, mesclando crianças, jovens, adultos e idosos.</p>	<p>Vai sim. O Parque Linear Caçador será norteado por quatro eixos: mobilidade urbana; reordenamento territorial; recuperação ambiental e resgate histórico e cultural, e será muito mais que um parque, será um centro de lazer, esporte e cultura que proporcionará mais saúde para a população, melhor mobilidade para a cidade e qualidade de vida aos caçadorenses.</p>
<p>Aparece o logotipo oficial do parque e slogan utilizados nas demais peças, e em seguida o Brasão da prefeitura com o slogan.</p>	<p>Parque Linear: Uma grande ideia é como uma linha, ela continua. Prefeitura de Caçador, trabalhando pelo cidadão.</p>