

BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DE CAMPANHA PUBLICITÁRIA SIMULADA

1. BRIEFING

Para subsidiar a elaboração e o julgamento das propostas técnicas no processo licitatório para contratação de serviços de publicidade e propaganda, foi elaborado, este Briefing. Optou-se por uma abordagem com linguagem acessível e próxima do cotidiano, de modo a refletir a natureza das campanhas informativas, educativas e de orientação social demandadas pela Administração. O documento apresenta situações-problema, organizadas em lotes distintos, para os quais se esperam soluções de comunicação criativas e eficazes por parte das licitantes. Ressalta-se que as campanhas simuladas constantes do Briefing têm finalidade exclusivamente avaliativa, destinadas ao julgamento das propostas técnicas apresentadas na licitação, sem gerar qualquer obrigação de execução futura por parte do Município.

1.1 DIVISÃO POR LOTES

LOTE	FUNÇÃO	ÓRGÃOS ENVOLVIDOS
1	FUNÇÃO ESTRATÉGICA	Secretaria de Comunicação (SECOM), Secretaria de Governo (SEGOV), Secretaria de Administração e Planejamento (SAP), Secretaria da Fazenda (SEFAZ), Secretaria de Gestão de Pessoas (SGP), Procuradoria-Geral do Município (PGM), Controladoria-Geral do Município (CGM), Gabinete do Prefeito (GAP), Gabinete do Vice-Prefeito (GVP) e Instituto de Previdência Social dos Servidores Públicos do Município de Joinville (IPREVILLE).
2	SAÚDE E SETORES RELACIONADOS	Secretaria da Saúde (SES), Secretaria de Assistência Social (SAS), Secretaria de Habitação (SEHAB) e Hospital Municipal São José (HMSJ).
3	EDUCAÇÃO E SETORES RELACIONADOS	Secretaria de Educação (SED), Secretaria de Esportes (SESPORTE), Secretaria de Cultura e Turismo (SECULT) e Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Inovação (SDE).
4	MOBILIDADE E SETORES RELACIONADOS	Secretaria de Infraestrutura Urbana (SEINFRA), Secretaria de Meio Ambiente (SAMA), Secretaria de Proteção Civil e Segurança Pública (SEPROT), Secretaria de Pesquisa e Planejamento Urbano (SEPUR) e Departamento de Trânsito de Joinville (DETRANS).
5	SANEAMENTO BÁSICO	Companhia Águas de Joinville (CAJ)

1.2 DIVISÃO POR TEMAS E VERBAS REFERENCIAIS

<i>LOTE</i>	<i>FUNÇÃO</i>	<i>TEMA</i>	<i>VERBA REFERENCIAL</i>
1	FUNÇÃO ESTRATÉGICA	Campanha de divulgação dos benefícios em utilizar a solicitação digital dos serviços da Prefeitura, com foco nas funcionalidades disponíveis no aplicativo Joinville Fácil.	R\$ 600.000,00
2	SAÚDE E SETORES RELACIONADOS	Campanha de conscientização sobre o cuidado com a saúde mental, com foco em acolhimento e na prevenção.	R\$ 500.000,00
3	EDUCAÇÃO E SETORES RELACIONADOS	Campanha para valorizar o impacto das atividades extracurriculares no desenvolvimento integral dos alunos da rede municipal.	R\$ 500.000,00
4	MOBILIDADE E SETORES RELACIONADOS	Campanha educativa sobre convivência harmoniosa entre pedestres, ciclistas, motoristas e usuários do transporte coletivo, com destaque para o respeito à sinalização.	R\$ 400.000,00
5	SANEAMENTO BÁSICO	Campanha de sensibilização sobre proteção das nascentes e mananciais e uso sustentável dos recursos hídricos.	R\$ 400.000,00

2. INFORMAÇÕES GERAIS

2.1 O CLIENTE

O cliente é a Prefeitura de Joinville, representado nesta licitação pela Secretaria de Comunicação (SECOM).

2.2 CARACTERIZAÇÃO DO CLIENTE

A Prefeitura é um ente público, incumbido de desenvolver e gerir ações públicas estratégicas e operacionais no interesse da cidade de Joinville.

2.3 PRODUTOS

O Município gera serviços que são postos à disposição de toda a sociedade joinvilense. Esses serviços são classificados em dois grandes grupos: serviços básicos, como educação, saúde e segurança; e serviços complementares, como infraestrutura, turismo e desenvolvimento. Mesmo nas obras físicas, o objetivo final é a prestação de serviços à população, valorizando sempre a transparência.

2.4 ÁREA DE ATUAÇÃO

A área de atuação da Prefeitura corresponde ao território de toda a cidade de Joinville. Eventualmente, podem ser realizadas ações fora da cidade, como promoções voltadas à atração de investimentos ou turistas, o que, no entanto, constitui exceção.

2.5 PÚBLICO-ALVO

O público-alvo da comunicação é a sociedade joinvilense em sua totalidade.

2.6 OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO GOVERNAMENTAL

A comunicação governamental tem como objetivos informar a sociedade sobre as ações do governo e estimular a sua participação em causas de interesse comum, sendo desdobrada nos seguintes segmentos: a) Informativa: destinada à divulgação de ações e informações de utilidade pública; b) Educativa: com foco na formação e mudança de hábitos sociais; e c) De orientação social: voltada à inclusão e resgate da cidadania.

2.7 CONTEÚDO DA COMUNICAÇÃO

Os conteúdos centrais da comunicação devem evidenciar os resultados das ações e serviços da Prefeitura, mesmo quando a campanha tiver outro objeto, os benefícios decorrentes diretamente delas devem ser destacados.

2.8 VERBA

O Plano de Comunicação Publicitária deve observar o limite da verba referencial especificada no briefing de cada lote, incluindo todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração da agência.

2.9 – ASSINATURA DAS CAMPANHAS

As campanhas simuladas deverão ser assinadas da seguinte forma:

- Lote 1: Prefeitura de Joinville
- Lote 2: Secretaria da Saúde da Prefeitura de Joinville
- Lote 3: Secretaria de Educação da Prefeitura de Joinville
- Lote 4: Departamento de Trânsito da Prefeitura de Joinville
- Lote 5: Companhia Águas de Joinville - Prefeitura de Joinville

2.9.1 APLICAÇÃO DA MARCA

A aplicação da marca deverá estar de acordo com o Manual de Identidade Visual da Prefeitura Municipal de Joinville, disponível no site oficial, podendo ser acessado por meio do endereço: <https://www.joinville.sc.gov.br/publicacoes/logotipos-da-prefeitura-de-joinville/>.

2.10 PERÍODO DE VEICULAÇÃO DAS CAMPANHAS SIMULADAS

Cada campanha terá um período máximo de veiculação definido em seu respectivo briefing. Não é necessário utilizar a totalidade desse período na proposta.

2.11 PRAÇAS DE VEICULAÇÃO

A definição das praças de veiculação será de livre escolha do proponente, conforme a estratégia proposta para cada campanha simulada, visando atingir o objetivo de cada tema.

3. DETALHAMENTO DO BRIEFING

LOTE 1	ÓRGÃO	Prefeitura de Joinville
	DETALHAMENTO DO TEMA	A campanha tem como objetivo apresentar à população os benefícios do uso dos canais digitais da Prefeitura de Joinville, com ênfase no aplicativo Joinville Fácil, como meio oficial de acesso aos serviços públicos municipais. A proposta deve destacar a praticidade, segurança e economia de tempo proporcionadas pelo uso do app, reforçando que o cidadão pode resolver demandas de forma ágil e sem sair de casa, promovendo a transformação digital na relação entre governo e população.
	DURAÇÃO	20 dias
	OBJETIVOS	1. Ampliar o número de downloads e cadastros no aplicativo Joinville Fácil. 2. Informar à população sobre os principais serviços disponíveis no ambiente digital. 3. Estimular o uso do app como principal canal de atendimento para a solicitação de serviços da Prefeitura.
	VALOR	R\$ 600.000,00

LOTE 2	ÓRGÃO	Secretaria da Saúde
	DETALHAMENTO DO TEMA	A campanha busca promover a conscientização da população sobre a importância do cuidado com a saúde mental, enfatizando a prevenção, o acolhimento e o acesso aos serviços disponíveis na Rede Municipal de Saúde. A proposta deve contribuir para a redução do estigma em torno das questões emocionais, incentivando o diálogo, a empatia e o autocuidado como práticas de bem-estar e qualidade de vida.
	DURAÇÃO	15 dias
	OBJETIVOS	1. Informar a população sobre os canais de acolhimento e atendimento psicológico disponíveis. 2. Estimular atitudes de empatia, escuta e cuidado no convívio social e familiar. 3. Reduzir o estigma social relacionado aos transtornos mentais.
	VALOR	R\$ 500.000,00

LOTE 3	ÓRGÃO	Secretaria de Educação
	DETALHAMENTO DO TEMA	A campanha pretende destacar a relevância das atividades extracurriculares oferecidas pela Rede Municipal de Ensino, como esporte, cultura, tecnologia e empreendedorismo, no desenvolvimento das competências cognitivas, sociais e emocionais dos estudantes. A proposta deve mostrar como essas experiências ampliam horizontes, fortalecem vínculos e contribuem para a formação de cidadãos mais preparados e engajados.
	DURAÇÃO	15 dias
	OBJETIVOS	1. Valorizar publicamente as atividades extracurriculares como parte essencial da educação pública. 2. Incentivar a adesão e o engajamento de alunos e famílias nas ações ofertadas. 3. Reforçar a imagem da escola como espaço ampliado de aprendizagem, criatividade e inclusão.
	VALOR	R\$ 500.000,00

LOTE 4	ÓRGÃO	Departamento de Trânsito
	DETALHAMENTO DO TEMA	A campanha tem o propósito de promover uma cultura de respeito mútuo entre todos os agentes que compartilham os espaços urbanos, com foco na sinalização viária, segurança e responsabilidade no trânsito. A proposta deve destacar a importância de atitudes conscientes, empatia e cumprimento das normas, contribuindo para a redução de acidentes e melhoria da mobilidade urbana em Joinville.
	DURAÇÃO	15 dias
	OBJETIVOS	1. Estimular o respeito às regras de trânsito entre todos os modais. 2. Promover comportamentos seguros e colaborativos no ambiente urbano. 3. Valorizar a mobilidade sustentável e o uso responsável do transporte coletivo.
	VALOR	R\$ 400.000,00

LOTE 5	ÓRGÃO	Companhia Águas de Joinville
	DETALHAMENTO DO TEMA	A campanha visa conscientizar a população sobre a importância da proteção das nascentes e mananciais e do uso racional da água, enfatizando que o cuidado com os recursos hídricos é essencial para garantir abastecimento, saúde e qualidade de vida. A proposta deve também incentivar práticas sustentáveis no cotidiano e reforçar o papel de cada cidadão na preservação ambiental.
	DURAÇÃO	15 dias
	OBJETIVOS	1. Estimular o consumo consciente da água pela população. 2. Engajar a sociedade em práticas de preservação ambiental e sustentabilidade. 3. Informar sobre os riscos da degradação das nascentes e mananciais e suas consequências.
	VALOR	R\$ 400.000,00