APRESENTAÇÃO GERAL

O mundo já não é mais o mesmo de tempos atrás, as pessoas hoje possuem, quase que de forma instantânea, dados que levariam muito tempo para serem conhecidos e repassados; informações circulam em velocidade jamais vista e sofrem alterações nunca antes imaginadas, o mundo evoluiu e trouxe consigo a necessidade de rápida adaptação e integração de múltiplas habilidades por todos nós...

Diante dessa crescente aceleração na tomada e repasse de decisões, virtualização de informações gerais e maior acessibilidade e modernidade a tudo que cerca a sociedade atual, fica claro e necessário que, entidades públicas legislativas, executivas e/ou judiciárias, acompanhem toda essa evolução e se tornem mais acessíveis e transparentes para os munícipes e órgãos fiscalizadores.

Sendo assim, saber como, quando e de que forma divulgar, modernizar e acessibilizar ações e feitos, tornou-se fator primordial para as entidades que buscam reconhecimento, execução pontual e justa, visibilidade e principalmente transparência. E são esses fatores que, aplicados de forma concisa, assertiva e bem direcionadas tornam todo o processo de publicidade mais fácil, rico e fluido.

Sabendo de tudo isso e segura da qualidade dos seus serviços prestados e da execução satisfatória em tudo que produz, a ***Ntake Creative Media***, vem proporcionar à gestão e a todo o corpo constituinte da Casa Legislativa do Município de Balsas, a capacidade de estar inserida nessa modernização com a consequência de tornar o eleitor e contribuinte municipal mais ciente e reconhecedor das ações e feitos da Câmara Municipal junto a todo o desenvolvimento obtido na cidade.

ESTRATÉGIAS

Vereador, representante legal, eleito democraticamente pelo povo, é um agente que ocupa várias funções que vão desde propor e criar leis, votar em projetos (rejeição ou aprovação), fiscalizar a execução dos trabalhos em todo o município e até mesmo monitorar as ações do Executivo municipal (prefeito e secretários) atuando sempre em prol da população geral e do crescimento e evolução da cidade.

Visando difundir ainda mais o papel do Vereador como agente legal da população local, parceiro da Prefeitura e atento às causas sociais do município, as estratégias estarão voltadas para apresentar, difundir e tornar cada vez mais pública a atuação destes para os munícipes que, interagindo e acompanhando de forma síncrona por meio das plataformas legais utilizadas, poderão estar cada vez mais cientes do dia-a-dia e do real papel atribuído a este representante, da seguinte forma:

1. Acessibilidade e modernização da Câmara Municipal de Balsas por meio da utilização, alimentação e gestão de plataformas virtuais *(facebook, instagram, youtube...)*
2. Implantação e utilização de equipamentos de última geração com condições de transmissões ao vivo e gravações dos expedientes (arquivos digitalizados);
3. Proposição de instalação de equipamentos para o acompanhamento (*videowall*) de presença, pautas, votações e etc...;
4. Elaboração de programas de consulta pública (app para mobile e pc);
5. Produção de material gráfico criativo em mídia física (panfletos, *folders*, cartazes, *outdoors* e etc...);
6. Produção de material gráfico criativo em mídia digital (cards, *flyers* e etc...);
7. Produção de offs para radiodifusão;
8. Produção de vídeos em alta definição (High Definition) sobre os trabalhos dos parlamentares e mesa diretora com duração de até 05 (cinco) minutos;
9. Produção de vídeos em alta definição (High Definition) sobre a agenda de ações da semana, com duração de até 03 (três) minutos;
10. Cobertura de pautas realizadas fora do prédio oficial, junto às comunidades;

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Como estratégia de mídia a ***Ntake Creative Media*** desenvolverá material midiático, elaborado dentro dos mais criteriosos padrões nacionais de qualidade, de forma clara e objetiva que apresente para a população todo o processo de atuação dos Vereadores junto à Casa Legislativa assim como, a atuação dos mesmos em parceria com a Prefeitura Local, por meio de:

- Conteúdo inovador;
- Conteúdo interativo;
- Conteúdo criativo;
- Conteúdo didático;
- Conteúdo com acessibilidade para as pessoas com deficiência visual e auditiva;
- Conteúdo de fácil entendimento e compreensão por parte da população;

PRODUÇÃO DESENVOLVIDA – PREVIEW

Como preview de execução, em anexo seguem as peças desenvolvidas e prontas para exibição:

1. **Vídeo 1 - Vereador:**
   Despertar o conhecimento sobre a origem do termo Vereador e suas funções.
2. **Vídeo 2 - Câmara:**
   Despertar e Incentivar a participação da população para as ações da Câmara Municipal de Vereadores em parceria com a Prefeitura Municipal.
3. **Peça de Áudio 1 - Vereador (off):**
   Despertar o conhecimento sobre a origem do termo Vereador e suas funções.
4. **Peça de Áudio 2 - Câmara (off):**
   Despertar e Incentivar a participação da população para as ações da Câmara Municipal de Vereadores em parceria com a Prefeitura Municipal.
5. **Peça Outdoor 1 - Formação da Câmara Municipal de Balsas:**
   A Câmara Municipal de Balsas é parceira na construção da Cidade que queremos.
6. **Peça Outdoor 2 - Papel do Vereador:**
   É atribuição do Vereador: Fiscalizar a correta aplicação dos recursos em nossa Cidade.
7. **Peça Outdoor 3 - Prédio da Câmara Municipal de Balsas:**
   É na Câmara Municipal que projetos e leis são aprovados para transformar e melhorar a nossa Cidade.
8. **Panfleto 1 - Formação da Câmara Municipal de Balsas:**
   A Câmara Municipal de Balsas é parceira na construção da Cidade que queremos.
9. **Panfleto 2 - Papel do Vereador:**
   É atribuição do Vereador: Fiscalizar a correta aplicação dos recursos em nossa Cidade.
10. **Panfleto 3 - Prédio da Câmara Municipal de Balsas:**
    É na Câmara Municipal que projetos e leis são aprovados para transformar e melhorar a nossa Cidade.

COMPOSIÇÃO DO ATENDIMENTO

A ***Ntake Creative Media***, certa de toda a qualidade exigida e necessária para dispor do melhor resultado a ser apresentado de forma contínua, possui em seu quadro profissionais capacitados e atualizados. São eles:

- **Gildásio Coutinho Amorim**
  Diretor de Criação
  Publicitário (Graduado em Publicidade e Propaganda)
- **Diogo Herces do Carmo Fabrin**
  Redator
  Publicitário (Graduado em Publicidade e Propaganda)
  Jornalista (vasta experiência na área jornalística)
- **Edilson Ramalho Pereira - Cokan**
  Produtor de Áúdio
  Publicitário (Graduado em Publicidade e Propaganda)
- **Gilvaleison Correia da Silva**
  Videomaker (vasta experiência na área de produção de conteúdo audiovisual)
- **Manoel Messias Ferreira de Sousa**
  Cinegrafista (vasta experiência na área de cinegrafista com larga atuação em campanhas publicitárias e políticas)
- **Natanael Alencar Teixeira**
  Cinegrafista (vasta experiência na área de cinegrafista com larga atuação em campanhas publicitárias e políticas)
- **Jefferson Viana da Silva**
  Design & Direção de Arte (vasta experiência na área de criação e produção de arte gráfica digital)
- **Diego Silva Scherer**
  Atendimento ao Cliente / Suporte Redes Sociais
  Licenciatura em Letras (Graduado em Letras Literatura Portuguesa)
  Atendimento ao Cliente (vasta experiência no atendimento ao cliente)
  Gestão de Redes Sociais (vasta experiência na gestão de tráfego de redes sociais)

CÂMARA MUN. DE BALSAS
Fls. 282
Comissão Permanente de Licitação

REPERTÓRIO

A ***Ntake Creative Media*** atende clientes em todo o território nacional, com produção de peças publicitárias voltadas para os mais diferenciados públicos que vão desde Empresas Agrícolas, Instituições Educacionais, Empresas da Construção Civil, Empresa de produtos Agropecuários e Pets, Empresas de Vestuário e Moda, Empresas do Ramo Alimentício, Repartições Públicas, Campanhas Eleitorais, Personalidades Políticas entre outras.

Segue em anexo material demonstrativo.

APRESENTAÇÃO GERAL

O mundo já não é mais o mesmo de tempos atrás, as pessoas hoje possuem, quase que de forma instantânea, dados que levariam muito tempo para serem conhecidos e repassados; informações circulam em velocidade jamais vista e sofrem alterações nunca antes imaginadas, o mundo evoluiu e trouxe consigo a necessidade de rápida adaptação e integração de múltiplas habilidades por todos nós...

Diante dessa crescente aceleração na tomada e repasse de decisões, virtualização de informações gerais e maior acessibilidade e modernidade a tudo que cerca a sociedade atual, fica claro e necessário que, entidades públicas legislativas, executivas e/ou judiciárias, acompanhem toda essa evolução e se tornem mais acessíveis e transparentes para os munícipes e órgãos fiscalizadores.

Sendo assim, saber como, quando e de que forma divulgar, modernizar e acessibilizar ações e feitos, tornou-se fator primordial para as entidades que buscam reconhecimento, execução pontual e justa, visibilidade e principalmente transparência. E são esses fatores que, aplicados de forma concisa, assertiva e bem direcionadas tornam todo o processo de publicidade mais fácil, rico e fluido.

Sabendo de tudo isso e segura da qualidade dos seus serviços prestados e da execução satisfatória em tudo que produz, a ***agência***, vem proporcionar à gestão e a todo o corpo constituinte da Casa Legislativa do Município de Balsas, a capacidade de estar inserida nessa modernização com a consequência de tornar o eleitor e contribuinte municipal mais ciente e reconhecedor das ações e feitos da Câmara Municipal junto a todo o desenvolvimento obtido na cidade.

ESTRATÉGIAS

Vereador, representante legal, eleito democraticamente pelo povo, é um agente que ocupa várias funções que vão desde propor e criar leis, votar em projetos (rejeição ou aprovação), fiscalizar a execução dos trabalhos em todo o município e até mesmo monitorar as ações do Executivo municipal (prefeito e secretários) atuando sempre em prol da população geral e do crescimento e evolução da cidade.

Visando difundir ainda mais o papel do Vereador como agente legal da população local, parceiro da Prefeitura e atento às causas sociais do município, as estratégias estarão voltadas para apresentar, difundir e tornar cada vez mais pública a atuação destes para os munícipes que, interagindo e acompanhando de forma síncrona por meio das plataformas legais utilizadas, poderão estar cada vez mais cientes do dia-a-dia e do real papel atribuído a este representante, da seguinte forma:

1. Acessibilidade e modernização da Câmara Municipal de Balsas por meio da utilização, alimentação e gestão de plataformas virtuais *(facebook, instagram, youtube...)*
2. Implantação e utilização de equipamentos de última geração com condições de transmissões ao vivo e gravações dos expedientes (arquivos digitalizados);
3. Proposição de instalação de equipamentos para o acompanhamento (*videowall*) de presença, pautas, votações e etc...;
4. Elaboração de programas de consulta pública (app para mobile e pc);
5. Produção de material gráfico criativo em mídia física (panfletos, *folders,* cartazes, *outdoors* e etc...);
6. Produção de material gráfico criativo em mídia digital (cards; *flyers* e etc...);
7. Produção de offs para radiodifusão;
8. Produção de vídeos em alta definição (High Definition) sobre os trabalhos dos parlamentares e mesa diretora com duração de até 05 (cinco) minutos;
9. Produção de vídeos em alta definição (High Definition) sobre a agenda de ações da semana, com duração de até 03 (três) minutos;
10. Cobertura de pautas realizadas fora do prédio oficial, junto às comunidades;

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Como estratégia de mídia a ***a agência*** desenvolverá material midiático, elaborado dentro dos mais criteriosos padrões nacionais de qualidade, de forma clara e objetiva que apresente para a população todo o processo de atuação dos Vereadores junto à Casa Legislativa assim como, a atuação dos mesmos em parceria com a Prefeitura Local, por meio de:

- Conteúdo inovador;
- Conteúdo interativo;
- Conteúdo criativo;
- Conteúdo didático;
- Conteúdo com acessibilidade para as pessoas com deficiência visual e auditiva;
- Conteúdo de fácil entendimento e compreensão por parte da população;

PRODUÇÃO DESENVOLVIDA – PREVIEW

Como preview de execução, em anexo seguem as peças desenvolvidas e prontas para exibição:

1. **Vídeo 1 - Vereador:**
   Despertar o conhecimento sobre a origem do termo Vereador e suas funções.
2. **Vídeo 2 - Câmara:**
   Despertar e Incentivar a participação da população para as ações da Câmara Municipal de Vereadores em parceria com a Prefeitura Municipal.
3. **Peça de Áudio 1 - Vereador (off):**
   Despertar o conhecimento sobre a origem do termo Vereador e suas funções.
4. **Peça de Áudio 2 - Câmara (off):**
   Despertar e Incentivar a participação da população para as ações da Câmara Municipal de Vereadores em parceria com a Prefeitura Municipal.
5. **Peça Outdoor 1 - Formação da Câmara Municipal de Balsas:**
   A Câmara Municipal de Balsas é parceira na construção da Cidade que queremos.
6. **Peça Outdoor 2 - Papel do Vereador:**
   É atribuição do Vereador: Fiscalizar a correta aplicação dos recursos em nossa Cidade.
7. **Peça Outdoor 3 - Prédio da Câmara Municipal de Balsas:**
   É na Câmara Municipal que projetos e leis são aprovados para transformar e melhorar a nossa Cidade.
8. **Panfleto 1 - Formação da Câmara Municipal de Balsas:**
   A Câmara Municipal de Balsas é parceira na construção da Cidade que queremos.
9. **Panfleto 2 - Papel do Vereador:**
   É atribuição do Vereador: Fiscalizar a correta aplicação dos recursos em nossa Cidade.
10. **Panfleto 3 - Prédio da Câmara Municipal de Balsas:**
    É na Câmara Municipal que projetos e leis são aprovados para transformar e melhorar a nossa Cidade.

COMPOSIÇÃO DO ATENDIMENTO

A ***Agência***, certa de toda a qualidade exigida e necessária para dispor do melhor resultado a ser apresentado de forma contínua, possui em seu quadro profissionais capacitados e atualizados. São eles:

- **Gildásio Coutinho Amorim**
  Diretor de Criação
  Publicitário (Graduado em Publicidade e Propaganda)
- **Diogo Herces do Carmo Fabrin**
  Redator
  Publicitário (Graduado em Publicidade e Propaganda)
  Jornalista (vasta experiência na área jornalística)
- **Edilson Ramalho Pereira - Cokan**
  Produtor de Aúdio
  Publicitário (Graduado em Publicidade e Propaganda)
- **Gilvaleison Correia da Silva**
  Videomaker (vasta experiência na área de produção de conteúdo audiovisual)
- **Manoel Messias Ferreira de Sousa**
  Cinegrafista (vasta experiência na área de cinegrafista com larga atuação em campanhas publicitárias e políticas)
- **Natanael Alencar Teixeira**
  Cinegrafista (vasta experiência na área de cinegrafista com larga atuação em campanhas publicitárias e políticas)
- **Jefferson Viana da Silva**
  Design & Direção de Arte (vasta experiência na área de criação e produção de arte gráfica digital)
- **Diego Silva Scherer**
  Atendimento ao Cliente / Suporte Redes Sociais
  Licenciatura em Letras (Graduado em Letras Literatura Portuguesa)
  Atendimento ao Cliente (vasta experiência no atendimento ao cliente)
  Gestão de Redes Sociais (vasta experiência na gestão de tráfego de redes sociais)

CÂMARA MUN. DE BALSAS
Fls. 288
Comissão Permanente de Licitação

REPERTÓRIO

A ***Agência*** atende clientes em todo o território nacional, com produção de peças publicitárias voltadas para os mais diferenciados públicos que vão desde Empresas Agrícolas, Instituições Educacionais, Empresas da Construção Civil, Empresa de produtos Agropecuários e Pets, Empresas de Vestuário e Moda, Empresas do Ramo Alimentício, Repartições Públicas, Campanhas Eleitorais, Personalidades Políticas entre outras.

Segue em anexo material demonstrativo.

CPF: 041.513.631-81

CÂMARA MUN. DE BALSAS
Fls. 289
Comissão Permanente de Licitação

Raciocínio Básico

Após a Independência do Brasil, foram estabelecidas algumas reformas na estrutura e administração das Câmaras, a Constituição de 1824 determinou que a Competência das Câmaras Municipais fosse o governo econômico e municipal excluindo a função judicial, antes exercida pela casa, já a Lei de 1º de Outubro de 1828,modificou a forma das eleições e reiterou o caráter estritamente administrativo desses órgãos, característica que mantém até atualidade. No entanto, é inegável a importância dos governos locais e seus órgãos. Afinal, o Município ainda é a única esfera do Poder Público a que corresponde em concreto, um território, uma população e uma economia. É no município que se nasce, se vive e onde cada cidadão busca seu desenvolvimento pessoal e profissional, cria laços, constrói uma família e estabelece relações sociais. Assim é aceitável a constatação de que todos os serviços básicos de interesse dos cidadãos em primeira instância têm uma natureza Municipal. A partir deste contexto histórico situamos a Câmara Municipal de Balsas como um importante agente público, que representa uma cidade de destaque, Balsas é a terceira maior cidade do estado em território urbanizado, e o maior Município do Maranhão em área total (urbano e rural) com 13 141.637 km² de área. É cortado pela rodovia Transamazônica. Encontra-se junto ao rio de mesmo nome. É um centro sub-regional, com influência sobre o sul do vizinho estado do Piauí. Já teve os nomes de Santo Antônio de Balsas e Vila Nova. Hoje é terceiro maior PIB do Estado, Com população estimada para 2021 de 96.951 mil habitantes – segundo estimativas do instituto brasileiro de geografia e estatística, (IBGE 2020) e um IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,687,com 5º posição no estado considerado médio, o Municipio faz parte da divisa agrícola chamada de MATOPIBA, sendo destaque pela agricultura mecanizada e automatizada. É o maior produtor de soja do Maranhão e um dos maiores produtores de grãos do MATOPIBA perdendo apenas para Formosa do Rio Preto (BA) e São Desidério (BA). Balsas a cidade sede do Municipio é privilegiada por ser atravessada pela Rodovia Transamazônica, que liga as regiões Nordeste e Norte do país, Além do destaque na soja, Balsas também possuem um forte centro comercial varejista

e atacadista da região sul maranhense, atendendo consumidores em um raio de 250 km. No esporte o município possui o Estádio Cazuza Ribeiro, com capacidade para 2 mil espectadores, onde são disputados jogos de futebol, dentro desse esporte, destaca-se na cidade o time do Balsas Esporte Clube, Em se tratando de música, predomina o *reggae* (influenciado pela cultura da capital do estado), e o Forró (predominantemente nordestino), porém o leque é grande de vários outros ritmos devido à vinda de imigrantes e influência da mídia.O mosaico de pessoas e costume, o modo de vida transformada pelos costumes migrantes,gaúchos,paranaense,paulistas, com destaque para a miscigenação de gaúchos e maranhenses contribuiu na formação de uma nova geração de balsenses: os maraúchos,a influencia destes costumes e tradições ajudaram a formar a indentidade do povo balsense a esta misigenação de povos somando ainda as belezas naturais, o município oferece aos turistas momentos de lazer com banhos naturais inesquecíveis, que encorpam o calendário turístico anual da cidade, fazendo a economia girar com o comércio e a hotelaria. Balsas tem por apelido carinhosamente a princesinha do sul, e com grande expectativa é conhecida como a cidade da soja. Os números de Balsas revelam uma cidade com olhar voltado para o futuro, mas sobre tudo para o bem-estar e qualidade de vida dos seus cidadãos. Isso aumenta em muito a representatividade da Câmara Municipal através de seus vereadores nesse desenvolvimento, e seu papel de intermediador entre os anseios e necessidades trazidos pelo cidadão e o trabalho do Executivo Municipal em dar as respostas e soluções para que a comunidade seja atendida em suas expectativas nas áreas de saúde, educação, segurança, saneamento e sustentabilidade,uso do solo,coleta de lixo,iluminação pública, setores críticos e que mais afligem a comunidade como um todo. Hoje, a Câmara Municipal de Balsas busca cada vez mais mostrar o bom funcionamento do órgão e a melhoria da comunicação junto com a população, com ações que visam o uso racional e eficiente de verbas públicas na câmara, como por exemplo a transparências dos gastos. Localizada na área central da cidade com edificação moderna e acessível, estrutura esta oferecida aos servidores, vereadores e comunidade, aumentando assim a capacidade do legislativo de estabelecer uma cidadania plena e ao alcance de todos os munícipes, reduzindo a desigualdade social no acesso aos direitos fundamentais do cidadão

balsense nativo ou, que escolhe aqui viver. Essa proximidade da Câmara não só é vital mas exigida pela sociedade que quer vê seus representantes locais eleitos, visitando e conhecendo cada bairro, cada posto de saúde, dialogando com os líderes comunitários e empresários locais para efetivamente se interar da vida sócio -econômica de cada bairro e poder a posteriori dar respostas e soluções sob a forma de projetos de lei que se materializem, na forma de benfeitorias aos anseios destes cidadãos. Esse é o papel do qual deve revestir-se a Câmara Municipal de Balsas como representante do povo que é. Pois, além de aprovar o orçamento municipal e fiscalizar o uso destes recursos e garantir que a legislação municipal esteja em acordo com as necessidades dos balsenses, a Câmara deve nutrir ininterruptamente o debate e o diálogo com a sociedade de Balsas, além dos compartilhamentos de ideias em prol da cidade é sem dúvida um elemento chave para que a Câmara seja vista em toda sua plenitude de funções. Mas é preciso antes situar a Câmara Municipal de Balsas na política nacional, nesse atual cenário de polarização da política nas classes sociais brasileiras, e onde o cidadão toma conhecimento e molda sua opinião sobre políticos e política, No que tange à comunicação, não se podem deixar de considerar um dos grandes problemas aferidos à democracia representativa na atualidade a falta de credibilidade, atribuída aos políticos. Ou seja, vê-se aí um distanciamento entre representante e representado. Essa confiança e credibilidade estão diretamente relacionadas com o impacto do funcionamento concreto tanto das instituições como de governos sejam eles municipais, estaduais e f ederais. O cidadão mediano precisa visualizar nas instituições públicas, e aí inserirmos as câmaras de vereadores, sinais de universalismo, imparcialidade, justiça e probidade, assegurando que os seus interesses e dos demais cidadãos são levados em conta no processo político. Pois em tempos em que a sociedade generaliza a classe politica pelos os maus exemplos, os políticos também enfrentam dificuldade para legitimar seus atos com ações genuínas de governo e não apenas politicagem. Nesse viés, a linha do meio para que se alcance um equilíbrio entre expectativa da sociedade e as ações do governo chama-se transparência. Entendida essa problemática e que ela é percebida pelos cidadãos balsense e que, até certo nível, molda sua atitudes e opiniões no contexto político-social da cidade cabe à Câmara manter esse diálogo através de seus canais de

comunicação, Redes Sociais — Facebook, e Youtube bem como campanhas de cunho informativo e social levando a todo cidadão plena compreensão de seu trabalho em prol da comunidade. Portanto promover o Portal da Transparência e o Pronunciamento dos vereadores reforça e amplia o acesso do cidadão até seu vereador . Esse é um esforço contínuo que a Câmara deve realizar para que os cidadãos estejam cada vez mais informados e conscientes em relação à política e mais participantes nas ações do Poder Legislativo. A prioridade da Câmara Municipal de Balsas como casa do povo é mostrar sua transparência nos trabalhos prestados além de oferecer um atendimento excelente á população. Os argumentos acima expostos dão o norte para a campanha CAMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA. E expõem quão compreendido está o papel da Câmara Municipal. Tem-se agora à frente o desafio desta campanha que se destina a promovê-la diante de seus cidadãos de forma objetiva, clara e personalizada, mostrando como a Câmara tem muito clara a necessidade de aproximar-se do cidadão, dos bairros, das organizações de moradores e empresários para juntos tomarem decisões em benefício de Balsas. A câmara está de portas abertas para o cidadão, com canais de contato, mas mesmo isso não é suficiente para que ela chegue a todos. É preciso mostrar que o trabalho é feito em conjunto — Câmara e Cidadão conectados ao interesse de uma cidade melhor. No âmbito digital podemos observar que a câmara já possui boas iniciativas principalmente pelo conteúdo no seu site, nas redes sociais, as publicações são feitas com uma certa frequência, porém ainda com engajamento baixo. Pensando nisso nossa sugestão de estratégia é coloca-la verdadeiramente nas mãos das pessoas, trazendo suas ações seus números e seus canais de comunicação de uma forma muito mais prática e de fácil compreensão de acompanhar. Sugerimos então a criação de um aplicativo que chamaremos de APP CMBALSAS uma ferramenta de comunicação moderna onde o objetivo é tornar fácil o entendimento dos atos da casa com transparência. Muitas vezes a produtividade legislativa está associada apenas à fiscalização das ações da Prefeitura ou à proposta de novas leis. No entanto, nessa nova sociedade complexa e conectada, o legislativo precisa estar preparado para ser o melhor espaço de discussão dos rumos e planejamento de políticas públicas para o município, e ainda ser o polo de integração entre as medidas de âmbito nacional e local.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A presente campanha publicitaria tem o objetivo de informar a população em geral o que é feito pela câmara Municipal, que é buscar sempre as melhores soluções para oferecer ao povo um município com qualidade em todas as esferas possíveis. A campanha deve ser eficaz e objetiva, otimizando os custos para adquirir resultados positivos, atingindo o maior numero de cidadãos possível independente da faixa etária, raça, religião ou condição social, comunicando para públicos de todas as classes utilizando para isso, tanto as mídias tradicionais quanto os meios modernos de comunicar, procurando entender a realidade da população e a melhor forma de falar com esse publico, que é alvo desta campanha, no que se refere ao publico interno, durante o período de campanha esta agencia irá motivar os servidores a sentir se parte fundamental na câmara através de palestras de motivação,com a visão de Vários estudos, a exemplo de 'Metodologia para Análise de Clima Organizacional,'de J. P. Luz (2001), afirmam que "o reconhecimento por parte da organização, infiuencia profundamente a produtividade do indivíduo e, consequentemente da instituição". Valorizar o trabalho desses homens e mulheres de diferentes níveis culturais e graus de responsabilidade é a melhor forma de impactar positivamente na vida do cidadão. A cidade é como a ampliação da nossa casa, e o servidores são os principais responsáveis pela grande rede de cuidados que faz essa casa funcionar,desta forma iniciaremos a campanha de dentro para fora ,ou seja do interno ao externo (exemplo: em Novembro Azul os homens servidores serão homenageados e incentivados a homenagear os homens visitante nas sessões), sendo o interno os primeiros a baixar o APP, e a usufruir dos benefícios da campanha.Com a visão de que é, a partir do seu bairro que o cidadão busca junto aos agentes públicos as melhorias para o seu dia a dia, pois seu núcleo de vida gira em torno desse espaço. Para esta campanha propõe-se então explorar esse elo do cidadão com seu bairro incluindo a Câmara Municipal como parceira do cidadão, Dessa forma, busca-se deixar mais claro e perceptível ao cidadão o papel da Câmara e onde ela pode atuar em prol da cidade. Essa percepção de acessibilidade à Câmara permeará toda a campanha, pois há uma "ideia errônea" de que a Câmara está distante do cidadão, mesmo tendo ela canais de

Comunicação que auxiliam essa proximidade mas por vezes ainda é de desconhecimento do balsense , Para isso, utilizaremos uma mensagem de aproximação e troca. Que atraia a atenção, cative e demonstre acolhimento às necessidades do cidadão mas sobretudo do bairro em que ele vive. Assim, se fortalece sua identificação para com a Câmara Municipal, estreitando os laços e reduzindo o distanciamento entre cidadão e legislativo municipal. o que também permeará toda a campanha," Câmara que Faz, Gestão Participativa", que traz em si a relação direta entre a proximidade do órgão legislativo com a sociedade e o resultado que se tem por meio desta aproximação além de aliar um órgão publico tradicional com uma ferramenta tecnológica (APP), passamos também a entregar a sociedade um sentimento de evolução e de vanguarda, a inclusão de um aplicativo para a câmara municipal de Balsas mostrará como a casa tem acompanhado as mudanças da sociedade e a forma como ela se comunica. A estratégia é criar um clima de total interação entre a Câmara e a população, destacando a conectividade e o compartilhamento de ideias para as melhorias nos bairros e no município, essa troca de ideias, que se transforma em projetos de lei pelas mãos da Câmara, fortalece o partido temático aqui apresentada.. Apresentamos nesta campanha cidadãos que se sentem responsáveis, gente feliz por poder influir, sugerir e compartilhar o melhor de sua cidade e que nutrem um amor pelo bairro e a cidade onde vive. Pois é neste espaço onde a Câmara Municipal tem a possibilidade de ampliar a qualidade de vida do cidadão e ele perceber mais de imediato o trabalho exercido pela Câmara.Com a escolha de 4 personalidades para protagonizar a campanha, ela irá dialogar com um balsense do centro, que tem uma forte ligação com suas origens e um orgulho nativo de viver em Balsas. A nova geração terá uma jovem mulher, que vive em trizidela, simbolizando o futuro da cidade e também a presença da mulher na construção de uma cidade plural. Não poderíamos deixar de ressaltar a inclusão social, uma pauta sempre presente nos temas da Câmara e que terá como protagonista um homem cadeirante, ativo e que desfruta dos projetos de mobilidade que a Câmara promove. Por fim a diversidade étnica que também faz de Balsas uma cidade que bem acolhe pessoas vindas de outros lugares, cidades e até países para aqui viverem e construírem suas histórias, estando representada por um afro-brasileiro. A estratégia de comunicação está apoiada nos meio

de massas, porém um direcionamento para as plataformas digitais que será responsável pelo maior engajamento do publico com a campanha, uma vez que hoje é pelos meios digitais que as pessoas são impactadas e alcançadas com melhor segmentação e resultado. A Câmara Municipal, segundo Sergio Lerrer, "precisa entender que sua produção legislativa não pode ficar confinada ao que ocorre nas sessões, no plenário ou ao prédio físico da casa. Hoje a chamada "casa digital", os espaços de site, redes sociais e outras iniciativas virtuais, são tão ou mais importantes. OS **MEIOS ULTILISADOS SERÃO**: **TV**; O meio TV que ainda é bastante utilizado pela população principalmente as de mais idade para acompanhamento de noticias de Balsas e região, escolhemos a TV Boa Noticia e TV mirante, circulando o vt de 30",institucional e promocional durante programação , que estarão de acordo com as demais complementando a campanha com imagens e texto e video, e mesma redação, esse mesmo vídeo poderá ser usado no canais de comunicação da câmara além do canal no youtube. **Radio**: Considerada uma das mídias de massa mais populares e efetivas quando se quer falar com a população de uma forma geral, o radio consegue atingi um alcance alto e eficaz, chega a vários lugares que outros meios não estão presentes na zona rural por exemplo, a estação escolhida foi a radio boa noticia FM 91,1 com publico ecletico nas classes, A,20%,B30%,C:40%,D/E:10%,sendo 41% Homem; 59% Mulher.**Meios digitais**: serão veiculadas através da mídia programática,no facebook,Instagram que levarão a campanha para o ambiente digital alcançando 3,2 mil contas por dia durante trinta dias nas quatros postagem assim garantindo maior amplitude e fomentarão diretamente para o download do APP cmbalsas, esta mídia proporciona um alto alcance, priorizando o perfil de publico selecionado entregando a campanha no maior numero de portais, sites, redes sociais, aplicativos e blogs da região.**Outdoor**: Em policromia 9mx3m,esta peça pelo seu poder de impacto urbano será veiculada nos principais pontos de acessos aos bairros, ampliando a mensagem, principalmente a combinação com o meio rádio, que em geral tem os dois meio juntos atuam de forma complementar, ou seja, o eletrônico combinado com o visual. **FRONTLIGHT** é um painel com estrutura de metal que se prende a uma lona que recebe a impressão. Seu tamanho é 6x3m com formatos retangular, e iluminação externa e frontal que tem por essência a capacidade de aprofundar

pontos específicos da campanha, Levando a mensagem durante 24 horas por dia. **TOTEM**: Será colocado em frente a câmara para incentivar a todos que visitam a Câmara Municipal chamando para o digital, será em ACM no tamanho 0,80x2m,material com ótimo custo/beneficio e durabilidade.**BUSDOOR**: É uma importante ferramenta de mídia, por ser de uma abrangência significativa e ao mesmo tempo direcionada, através dela é possível uma mensagem falar com o publico de forma clara e moderna, levando informação e os destaque da câmara, neste anuncio no vidro traseiro do ônibus a campanha se desloca no transito alcançando diversa forma de publico.A estratégia não mídia será composta por materiais, que vai fortalecer o slogan da campanha, **"CAMARA QUE FAZ,GESTÃO PARTICIPATIVA**! Informando os dias de seções, instigando o cidadão a se fazer presente.**IMÃ DE GELADEIRA:** Este meio foi escolhido para dar suporte á comunicação por ser um item diferenciado e com baixo custo, será distribuído para o publico que participar das seções. Nele haverá uma mensagem que reforça os dias de sessões na câmara fazendo com que o cidadão ao ver o brinde se lembre diariamente do compromisso com a câmara municipal. **ADESIVO FLOODORS**: Adesivo medindo 2x2m, para aproximar a Câmara de seu publico, serão instalados em locais de grandes circulação como terminal rodoviários, paradas de ônibus, para impactar as pessoas enquanto aguardam o transporte. Ao todo são dez os meio de comunicação incluindo o APP ,todos com potencialidade de alcance estipulado pelo briefing, assim como a definição das peças que compõem a campanha já conceituadas como maior e melhor visibilidade por PESSOAS ,e esta é a rica matéria prima da composição social. Para falar com este grupo eclético de seres humanos tão diferentes em essência e tão iguais nos seus anseios é que foi desenvolvida esta estratégia e que se materializa nas ideia criativa a seguir.

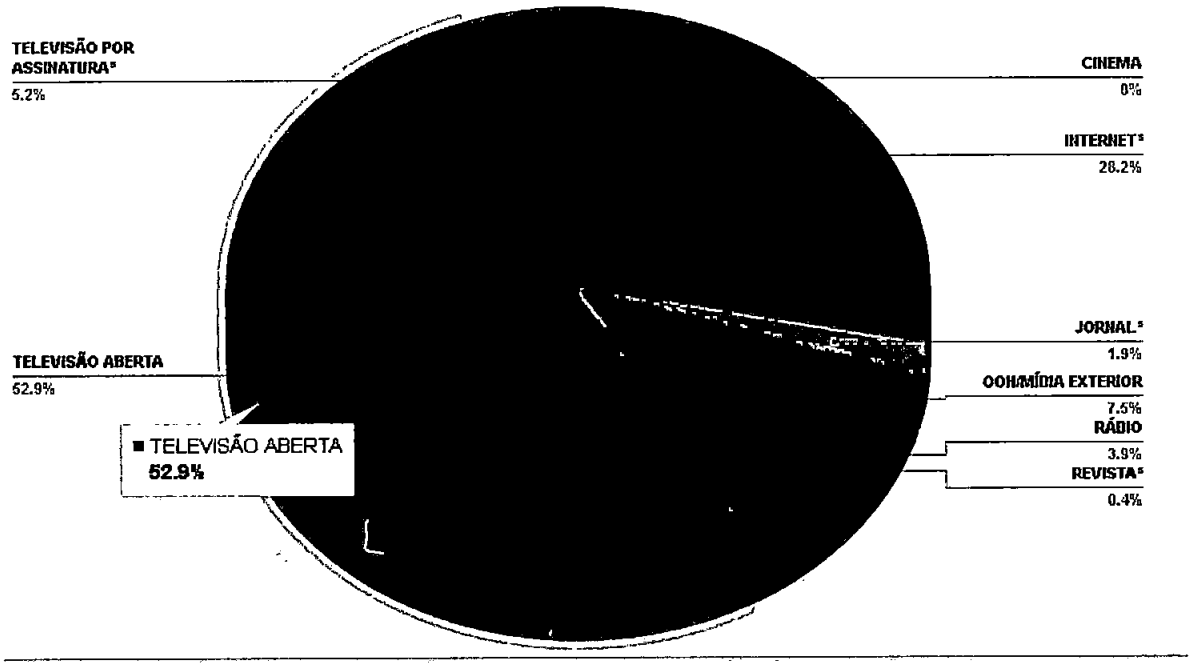
IDEIA CRIATIVA

Buscando atingir os objetivos do briefing com estratégia de comunicação que comtempla três frentes da campanha que tanto divulgará o app, quanto posicionará a câmara como um órgão inovador, fiscalizador, próximo e moderno. Para alcançar a ideia proposta detalharemos a seguir dez peças da campanha CÂMARA QUE FAZ,GESTÃO PARTICIPATIVA!,Evidenciando as três campanhas propostas, no breinf, através do institucional apresentando uma gestão em parceria com o cidadão,além de fortalecer o trabalho do vereador como fiscalizador dos atos do executivo, e ainda promover a transparência e acessibilidade na adminstração da Câmara,as peças serão uma de cada meio para as três frentes da campanha. **Vt de 30"** um video que vai apresentar a câmara como casa do povo. **RÁDIO:** Spot de30"',que terá um estilo descontraido,por ser o radio um amigo do ouvinte,e da comunidade e atende de forma eficaz o publico alvo. **APLICATIVO CAMARA AÇAI;** O aplicativo em desenvolvimento suporta todas as versões Androi. O APP apresenta itens de conteúdo de acesso as" ultimas noticias", que terá resumos muito sintéticos, em linguagem acessível das noticias relacionadas a câmara **Post para mídia online** :Peças desenvolvidas para promover a comunicação com o publico internautas. **Outdoor** em policromia 9mx3m com alto poder de impacto sobre o publico que dirigi. **Front-Ligth** :A peça fortalece o ponto central da mensagem institucional,chamando para as seções da Câmara. **Floordoor** Adesivo medindo 2x2m, para aproximar a Câmara de seu publico, serão instalados em locais de grandes circulação como terminal rodoviários, paradas de ônibus, para impactar as pessoas enquanto aguardam o transporte. **TOTEM**: Em ACM no tamanho 0,80x2m, será colocada em frente a câmara para incentivar a todos que visitam a Câmara Municipal a participarem ativamente no meio digital. **BUSDOOR**: É uma importante ferramenta de mídia, neste anuncio no vidro traseiro do ônibus a campanha se desloca no trânsito alcançando diversa forma de publico. **IMA DE GELADEIRA:** Um item diferenciado, no imã de geladeira haverá uma mensagem que reforçará os dias de sessões na câmara fazendo com que o cidadão ao ver os brindes se lembre diariamente do compromisso com a câmara municipal de Balsas. A ideia criativa se alinha adequadamente á estratégia de comunicação publicitária, trazendo originalidade e pertinência ao solicitado no briefing.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

De acordo com o descrito anteriormente, a campanha tem como objetivo a necessidade de esplanação para todas as classes sociais da população balsenses a respeito do que é e do que significa o trabalho e a atuação da Câmara Municipal de Vereadores de Balsas.Além do objetivo foi considerado na definição da estratégia de mídia e não mídia,a abrangência geografica e o público alvo.Temos como abrangência o Municipio de Balsas, e o público alvo toda a sua população.avaliada as premissas,o papel e penetração de cada meio,sugerimos um mix que consiga trazer abrangência geografica e frequência,que tenha boa penetração junto ao público alvo e que nos permita trabalhar com economicidade para atingir os objetivos propostos pela campanha.Para escolha da estratégia mais adequada a ser utilizada para as mídias da campanha da Câmara municipal de Balsas,como segui justificativa da escolha das mídias. Segundo a ultima pesquisa kantar ibope mídia os meio de comunicação mais usados no Brasil são em primeiro lugar a televisão com 88% de alcance, em segundo está out of home com 87% aqui destacamos o outdoor em nossa região, em terceiro esta a mídia digital com 83% de impactos no cotidiano da população brasileira. Já o radio um meio de massa tradicional com penetração de 65% principalmente na zona rural onde os canais locais tem pouco alcance. O plano simulado da campanha foi elaborado para que a verba seja direcionada de forma correta e eficiente para os principais meios de comunicação: o período de veiculação da mídia será de 30 dias no período de 1 a 30 de Dezembro de 2021,a praça de veiculação é de Balsas incluindo zona rural.Vejamos antes gráfico da pesquisa de percentual de consumo por meios.

GRÁFICO TODOS OS MEIOS



Com a verba de 75.860,00(setenta e cinco mil e oitocentos e secenta reais) distribuído nos meios escolhidos. **Na TV** o valor de R$6.610 , a escolha foi a tv Boa Noticia, e TV mirante,filiais detentoras da audiência popular,os VTs de 30"de acordo com as campanhas sendo um institucional,dois para tranparência e acessibilidade, e um para o trabalho do vereador distribuidos na programação escolhida. **Rádio:** o valor de R$:5.500,00, esta agencia escolheu a radio Boa Noticia Fm 91,1 a qual representa maior credibilidade o perfil do publico desta rádio, são homens e Mulheres de 16 a 65 anos das classes A,B,C e D, com audiência além de Balsas, também na zona rural, -chegando atingir 150 mil ouvintes por minuto,com spot de 30".**Redes sociais**: o investimento de R$:2.000,00 com bilhões de usuários ativo, ocupa cada vez mais espaço na estratégia de marketing, a mídia programática vai impulsionar o face book e instagram da Câmara Municipal de Balsas com postes durante o período da campanha onde cada um terá o alcance de 47 mil contas diarias,de um público com idade entre 18 a 65 anos em toda a região, com mais engarjamento nas redes sociais da instituição,além de material para os grupos de watzap da região.Na **mídia externa** o investimento de R$ 6.300,00 distribuido entre as campanhas que irão levar a ideia além das fronteiras do Municipio. **Midia Digital** : invetimento de R$:15.000,00,que vai levar a Câmara para as mãos da população,literalmente.**Não Midia** com o investimento,somado a produção total entre eles está o adesivo de chão uma peça resistente, flexível e versátil, feito de material que protege as pessoas evitando que escorreguem e ajuda a renovar o ambiente,que alinhado com as outras peças vai levar a campanha para o publico interno e externo. Valor total geral de **Produção de mídia e não mídia é** de R$:40.630,00.Com o perfil do publico alvo e com a participação de cada meio de comunicação, vamos garantir a eficiência das campanhas e o melhor investimento da verba definida, com todos os detalhes do investimento. Somando os investimentos em mídia e não mídia, e produção das peças, temos um valor de R$:60.860,00(secenta mil ,oitocentos e secenta reais).

SIMULAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO E PRODUÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

O periodo de veiculação de todas as midias será de 1 a 30 de dezembro de, 2021,onde será dividio a midia por igual para cada campanha.,com o Valor total de **R$:75.860,00**.Analisando a distribuição por meio.TV 9%,Rádio:5% na midia externa 9%, redes sociais com 3%,midia digital 17% .**já na criação e produção de material de mídia e não mídia tem o valor total de R$: 40.630,00** equivalente a 60%, com distribuição que segue:4-vts de 30" por R$:2.000,00 cada e R$:8.000,00 total,4 spot de radio R$:800,00 cada e R$:3.200,00 total,4 portes onlaine R$:200,00 cada e R$:800,00 total,6- outdoor impresso e 1 frontligth no valor de R$:180,00 cada e R$:1.260,00 total, 1 totem R$:3.000,00,1 APP R$:9.00,00,imã de geladeira R$:3,00 cada e R$:6.000,00 total, 4-adesivo de chão R$:480,00 cada e total R$:1.920,00.

MEIO	FORMATO	QUANTI	V.UNIT	V.TOTAL
JORNALTVBN	VT30"	25	70,00	R$ 1.750,00
BOM DIA MIRANTE	VT 30"	30	60,00	R$ 1.800,00
JMTV1º EDIÇÃO	VT 30"	30	102,00	R$ 3.060,00
RADIO BN	SPOT 30"	100	55,00	R$ 5.500,00
OUTDOOR	9X3	6	700	R$ 4.200,00
BUSDOOR	2X1	4	400,00	R$ 1.600
FRONTLIGTH	6X3	1	1	R$ 500,00
REDES SOCIAIS	POSTER	4	500,00	R$ 2.00,00
MIDIA DIGITAL	APLICATIVO	1	15.000,00	R$15.000,00
NÃO MIDIA				
ADESIVO DE CHÃO	2X2	4		
IMÃ DE GELADEIRA	7X7CM	2.000		
TOTEM	0,80X2	1		