



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO

1.1 - Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a intermediação, a supervisão e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar ao público em geral do município de Tucuruí-Pa.

2. EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

2.1 - Os serviços de comunicação e publicidade são destinados a fortalecer a imagem da Prefeitura Municipal de Tucuruí, com ênfase na caracterização do atributo de representação popular; a disseminar o conceito de qualidade e relevância da atuação da gestão municipal; a realizar ações destinadas a aumentar o relacionamento entre o poder executivo e os cidadãos, cujos conteúdos serão de caráter educativo, informativo ou de orientação social e deverão estar em sintonia com as questões estratégicas da Prefeitura Municipal de Tucuruí.

2.2 - A política de comunicação social cumpre o que estabelece o art. 37 da Constituição Federal, sendo estes os princípios da Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Publicidade e Eficiência, dando transparência de seus procedimentos, racionalidade na aplicação dos recursos e avaliação sistemática dos resultados.

2.3 - Os serviços contratados deverão consistir: estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, intermediação, supervisão e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, de programas e campanhas institucionais. A agência contratada atuará consoante chamamento da Prefeitura Municipal de Tucuruí, através do Departamento de Comunicação Social.

2.4 - Poderão ser incluídos ainda, dentre os serviços especializados de publicidade, as seguintes atividades complementares:

2.4.1 - Planejamento e execução/intermediação de pesquisas, consultoria, entre outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento (pré-teste e pós-teste), capacitação, vinculados à estratégia de comunicação da PMT e a concepção, criação e resultado de campanhas, peças e materiais publicitários desenvolvidos pela agência ou empresa contratada para este fim;

2.4.2 - Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias. Não se incluem dentre os serviços contratados, disponibilidade dos equipamentos para a manutenção das atividades desempenhadas pelo Gabinete do Prefeito e demais secretarias por meio do Departamento de Comunicação Social, e quaisquer outras atividades não previstas no presente instrumento, em específica, a de assessoria de imprensa e relações públicas.



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

3. OBRIGAÇÕES DAS PARTES:

3.1 - As obrigações da empresa (Contratada) e da Prefeitura Municipal de Tucuruí (Contratante), decorrentes da execução do objeto da presente licitação estão previstas na Minuta de Contrato (Anexo do Edital de Concorrência Pública nº ____ CP-CPL- ____ /2019-PMT).

4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS:

4.1. – O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta técnica. A nota Técnica (NT) corresponderá a 80% (oitenta por cento) da Nota Final (NF), conforme abaixo descrito.

4.2. - A Subcomissão Técnica prevista no Edital de Concorrência Pública nº ____ CP-CPL- ____ /2019-PMT, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital, Briefing e seus anexos. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

4.2.1 - Plano de Comunicação Publicitária:

4.2.1.1 - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Tucuruí nos contextos social, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Tucuruí com o seu público;
- c) das características da Prefeitura Municipal de Tucuruí e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Prefeitura Municipal de Tucuruí;
- e) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Tucuruí para enfrentar esse desafio.

4.2.1.2 - Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Tucuruí e o seu desafio de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Tucuruí;
- d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Tucuruí, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seu público, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e na verba disponível.



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

4.2.1.3 - Ideia Criativa

- a) sua adequação ao desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Tucuruí;
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Tucuruí e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e ao público proposto.

4.2.1.4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- b) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação a alínea a) do subitem 4.2.1.4;
- c) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Tucuruí, que são desenvolvidos através do Departamento de Comunicação com equipe e equipamentos existentes e/ou contratados;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material aos meios de comunicação (rádio, rádio web, televisão, site, blog, jornais impressos, mídia indoor e em redes sociais);
- e) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

4.2.2 - Capacidade de Atendimento

- a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Tucuruí por meio do Departamento de Comunicação Social;
- c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Tucuruí e a licitante, esquematizado na proposta;
- e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Tucuruí, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

4.2.3 – Repertório

- a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

- b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) a clareza da exposição das informações prestadas.

4.2.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) a evidência de planejamento publicitário;
- b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) a relevância dos resultados apresentados;
- d) a concatenação lógica da exposição.

4.3 - A Nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

4.3.1 - Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) plano de Comunicação Publicitária: 70 (setenta pontos), sendo distribuídos:

- a1.) raciocínio Básico: 10 (dez pontos)
- a2.) estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte pontos)
- a3.) ideia Criativa: 30 (trinta pontos)
- a4.) estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez pontos)
- b) capacidade de Atendimento: 10 (dez pontos)
- c) repertório: 10 (dez) pontos
- e) relato de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez) pontos.

4.3.2 - Aos quesitos ou subquesitos será atribuída a pontuação conforme tabela abaixo, constante no anexo I do Edital:

TABELA - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA AO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA					
PONTUAÇÃO MÁXIMA: 70 (SETENTA) PONTOS					
Raciocínio Básico		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Tucuruí nos contextos social, político e econômico;	2,0			
	b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Tucuruí com seus públicos;	2,0			
	c) das características da Prefeitura Municipal de Tucuruí e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;	2,0			
	d) do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Prefeitura Municipal de Tucuruí;	2,0			
	e) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Tucuruí para enfrentar esse desafio.	2,0			



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

Pontuação obtida no RACIOCÍNIO BÁSICO	10,0			
---------------------------------------	------	--	--	--

Estratégia de Comunicação Publicitária		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Tucuruí e a seu desafio de comunicação;	4,0			
	b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;	4,0			
	c) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Tucuruí;	4,0			
	d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;	3,0			
	e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Tucuruí, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.	5,0			
Pontuação Estratégia de Comunicação Publicitária		20,0			

Ideia Criativa		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) sua adequação ao desafio de comunicação da Prefeitura Municipal de Tucuruí;	4,0			
	b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;	4,0			
	c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;	4,0			
	d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	4,0			
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	2,0			
	f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	2,0			
	g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Tucuruí e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;	2,0			
	h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;	3,0			



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

i) a exequibilidade das peças e ou do material;	2,0			
j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.	3,0			
Pontuação obtida Ideia Criativa	30,0			

Estratégia de Mídia e Não Mídia		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários e a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	1,5			
	b) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;	2,5			
	c) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Tucuruí;	2,5			
	d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;	2,0			
	e) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	1,5			
Pontuação obtida no Estratégia de Comunicação Publicitária		10			

TABELA - PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA RELATIVA À

Capacidade de Atendimento: 10 (dez pontos)

Repertório: 10 (dez) pontos

Relato de Soluções de Problemas de Comunicação 10 (dez) pontos

Capacidade de Atendimento		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;	2,5			
	b) a adequação das qualificações e dos profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Tucuruí;	2,5			
	c) a adequação das instalações e dos recursos que estarão à disposição da execução do contrato;	1,5			
	d) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Tucuruí e a licitante, esquematizado na proposta;	1,5			
	e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de	2,0			

Travessa Raimundo Ribeiro de Souza, nº 01 - Centro
CEP: 68456-180 – Tucuruí - Pará



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Tucuruí, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.				
Pontuação obtida CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	10,0			

Repertório		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;	4,00			
	b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;	4,00			
	c) a clareza da exposição das informações prestadas.	2,00			
Pontuação obtida Repertório		10,0			

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) a evidência de planejamento publicitário;	2,0			
	b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	2,0			
	c) a relevância dos resultados apresentados;	2,0			
	d) a concatenação lógica da exposição.	2,0			
	e) A evidência de adequada integração da comunicação digital com a comunicação publicitária;	2,0			
Pontuação obtida Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10,0			

4.3.3- A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

4.3.3.1 - A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

4.3.3.2 - Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas discordantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

4.3.4 - A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

4.3.5 - Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observando o disposto nas alíneas "a", "b" e "c" do subitem **4.3.1**.

4.4 - Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, a nota mínima de 60 (sessenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 4.2.1.1 a 4.2.1.4 e 4.2.2 a 4.2.4.

4.5 - Em caso de empate será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3, 4.2.4. e 4.3.2.

4.6 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria Sessão ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada pela CPL e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS:

5.1 – O julgamento das Propostas de Preços será realizado pelo somatório dos pontos auferidos de acordo com os fatores de pontuação a seguir discriminados. Será atribuída a pontuação máxima de 100 (cem) pontos à proposta de preços. A Nota de Preços (NP) corresponderá a 20% (vinte por cento) da Nota Final (NF), apurada da seguinte forma:

- a) até 50 (cinquenta) pontos, pelo desconto sobre os custos internos, com base na Tabela vigente de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará, na razão de 1 (um) ponto para cada 1% (um por cento) de desconto sobre a referida tabela, limitado o desconto a 50% (cinquenta por cento) do valor da Tabela;
- b) até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre os custos de produção realizada por terceiros, na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;
- c) até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros, quando a responsabilidade da licitante limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto.

5.1.1 - Aos quesitos ou subquesitos será atribuída a pontuação conforme tabela abaixo, constante no anexo I do Edital:



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

DESCONTO / HONORÁRIOS / REPASSE		NOTAS	Pontuação máxima de cada quesito	Agência A	Agência B	Agência C
QUESITOS AVALIADOS	a) até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre os custos de produção realizada por terceiros, na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;		10 pontos			
	b) até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre os custos de produção realizada por terceiros, na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 15% (quinze por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto;		10 pontos			



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

c) até 25 (vinte e cinco) pontos, pelo desconto sobre os honorários devidos sobre o custo de produção realizada por terceiros, quando a responsabilidade da licitante limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento na prestação de serviços e de suprimentos externos, na razão de 5 (cinco) pontos para cada 1% (um por cento) de desconto sobre os 10% (dez por cento) originais, até o limite de 5% (cinco por cento) de desconto.		10 pontos			
PONTUAÇÃO TOTAL		30 pontos			

5.2 – Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no Edital, nem preço ou vantagem base a dos em ofertas de outras Licitantes.

5.3 – Não se admitirá proposta que apresente preço global ou unitário simbólico, irrisório ou de valor zero, ou incompatível com os preços de mercado ou em desacordo com as Normas Padrão estabelecidas pelo CENP.

6. JULGAMENTO DA MAIOR NOTA FINAL:

6.1 – A fim de apurar-se a maior Nota Final (NF) no presente certame, será utilizada a seguinte fórmula:

$$NF = NT \times 0,8 + NP \times 0,2$$

NF = NOTA FINAL

NT = NOTA TÉCNICA

NP = NOTA DE PREÇOS

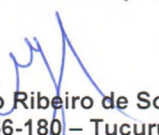
Obs.: No Julgamento Final deverá ser observado, ainda, o critério de julgamento e classificação, assim como o critério de aceitabilidade, constante no Edital de Concorrência Pública nº ____CP-CPL-____/2019-PMT.

7. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:

7.1 – Outras informações sobre o objeto da licitação poderão ser obtidas na Comissão de Licitação da Prefeitura Municipal de Tucuruí, por meio do e-mail: cpl.pmt.tucuruí@gmail.com

8. VALOR ESTIMADO

8.1. O custo estimado total da presente contratação é de **R\$ 2.460.000,00 (Dois Milhões, Quatrocentos e Sessenta Mil Reais).**


Travessa Raimundo Ribeiro de Souza, nº 01 - Centro
CEP: 68456-180 – Tucuruí - Pará

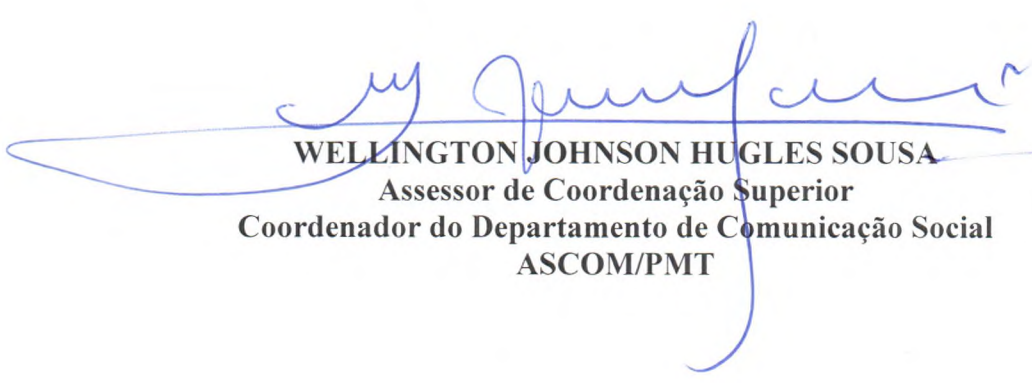


Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

9. DO PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

9.1 - O prazo de execução dos serviços será de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses, mediante acordo entre as partes.

Tucuruí-PA, 27 de Maio de 2019.



WELLINGTON JOHNSON HUGLES SOUSA
Assessor de Coordenação Superior
Coordenador do Departamento de Comunicação Social
ASCOM/PMT

BRIEFING

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DO MUNICÍPIO DE TUCURUÍ/PA

CONSIDERAÇÕES GERAIS

Para a formulação da proposta técnica (campanha simulada), a licitante deverá considerar, além das informações especificadas, o seguinte:

- A Comunicação da Prefeitura de Tucuruí, baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada, e é dever da Prefeitura informar.
- Essa comunicação deve se vincular a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social.
- É por meio da comunicação do poder executivo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações de governo e dos benefícios dessas ações.



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

Nesse sentido, a comunicação da Prefeitura de Tucuruí, cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

Assim, o Departamento de Comunicação Social da Prefeitura de Tucuruí, tem como objetivos principais:

- a) Disseminar informações sobre o dia-a-dia da administração municipal. As ações de interesse público, as campanhas institucionais (a exemplo a de vacinação, limpeza pública e etc.), e as informações de utilidade pública;
- b) Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento de Tucuruí;
- c) Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- d) Criar ou modificar hábitos da população (ações ou atitudes de prevenção a acidentes de trânsito, de saúde pública, de educação tributária, ambiental, etc.);
- e) Promover o Município de Tucuruí em âmbito estadual, nacional e internacional;
- f) Considerar que a Prefeitura é sempre uma prestadora de serviços até mesmo quando constrói obras físicas, cujo objetivo final são os serviços que serão prestados a partir dela, reconhecendo no ser humano a maior prioridade do governo municipal;
- g) Aguçar a percepção da população para o fato de que a Prefeitura se faz efetivamente presente em todo o Município de Tucuruí.

A Prefeitura de Tucuruí órgão pelo qual se manifesta o poder executivo municipal em Tucuruí, independente, central composto e unipessoal. Independente por não ser hierarquizado por qualquer outro; composto por ser integralizado por órgãos inferiores; central por que nele se concentra todas as atribuições do poder executivo, para serem distribuídas para seus órgãos subordinados; unipessoal ou singular por que atua e decide através de um único agente que o chefia e o representa, o prefeito.

Atualmente sua estrutura administrativa e composta por 12 (doze) secretarias e 03 (três) autarquias, que se subdividem em coordenadorias, diretorias, departamentos e setores com as mais diversas funções.

Ao gabinete do prefeito também estão vinculados alguns órgãos da administração direta municipal, como o Departamento de Comunicação Social.

Mais informações poderão ser encontradas no portal de informações e serviços da Prefeitura de Tucuruí: www.tucuruí.pa.gov.br

CONTEXTO

Travessa Raimundo Ribeiro de Souza, nº 01 - Centro
CEP: 68456-180 – Tucuruí - Pará



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

A atual gestão da Prefeitura de Tucuruí atravessa grandes problemas financeiros, em função a diminuição da arrecadação e dos repasses dos entes federativos, esses problemas acabaram influenciando negativamente a percepção construída pela população sobre a imagem institucional da organização. Gerando consequências negativas sob o ponto de vista da cidadania, do respeito e do reconhecimento ao trabalho desenvolvido pelo poder executivo municipal objetivando o desenvolvimento do município.

Para que a importância da Prefeitura de Tucuruí como agente de desenvolvimento para o município seja reconhecida e legitimada, é fundamental que a população acredite, confie e apoie o trabalho desenvolvido por seu gestor e auxiliares. Isso porque, no processo democrático, o cidadão tem papel vital para a condução adequada das atividades desenvolvidas pelas instituições públicas.

A atual gestão tem efetivamente realizado ações para manutenção das necessidades básicas da população e estrategicamente construindo um planejamento em médio prazo para que a cidade esteja preparada a fim de receber novos projetos visando o desenvolvimento socioeconômico do município.

Relacionar o trabalho desenvolvido pela atual gestão a um novo paradigma na administração pública, não só irá cumprir o princípio da publicidade na administração municipal, mas também irá contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da prefeitura e da democracia participativa no município.

O município de Tucuruí

Devido as obras da usina e hidrelétrica, além das riquezas naturais e o potencial turístico da região, o município de Tucuruí apresenta características atípicas dos municípios brasileiros, o que fez imigrantes de todo o país virem em busca de oportunidades.

Como consequência, a população do município de Tucuruí se tornou heterogênea, compostas de diversas raças e etnias, cada uma com suas próprias heranças culturais.

Comunicação como unificação

Como princípio básico a comunicação tem o objetivo de informar o cidadão sobre seus direitos e deveres, além de colocá-lo a par das ações efetuadas pela instituição e os benefícios proporcionando também essa consciência de unidade, salientando a transparência das ações da Prefeitura Municipal de Tucuruí e dando visibilidade às ações que reconheçam no cidadão a prioridade desta administração.

O Desafio

A problemática do lixo em Tucuruí – metas e soluções?

Travessa Raimundo Ribeiro de Souza, nº 01 - Centro
CEP: 68456-180 – Tucuruí - Pará



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito
Departamento de Comunicação Social - DECOM

A produção de lixo se apresenta como um problema de difícil solução. A partir da Revolução Industrial, com a intensificação da migração dos trabalhadores do campo para a cidade, aumentaram as dificuldades referentes à produção de resíduos sólidos de diferentes naturezas (domésticos, entulhos, industriais, serviços de saúde, etc), os quais se constituem atualmente uma das principais fontes de degradação do meio ambiente. Com o avanço da urbanização e também com o aumento das atividades de extração e produção, acarretam a produção de resíduos sólidos, os quais são depositados em locais inadequados do ponto de vista ambiental. A questão do manejo dos resíduos sólidos tem sido uma das pautas mais importantes em âmbito mundial: é insustentável a quantidade de lixo produzida e jogada sem tratamento no meio ambiente.

No Brasil, leis que regulamentam o saneamento básico vêm dando destaque cada vez maior à necessidade de planejamento e sustentabilidade desses resíduos nas administrações públicas.

Dentro deste contexto, o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, por meio de uma pesquisa sobre saneamento básico no Brasil, constatou a falência deste sistema. Verificou-se que 75% do lixo coletado no país é despejado a céu aberto. Quanto aos resíduos de serviços de saúde, 45% dos municípios não possuem sequer a coleta especial e é misturado ao lixo domiciliar.

Os Tipos de Lixo existentes:

No que se refere ao critério de origem e produção, Oliveira (1997), classifica o lixo urbano da seguinte forma:

- 1. LIXO URBANO:** Formado por resíduos sólidos em áreas urbanas, onde se incluem os resíduos domésticos, os efluentes industriais domiciliares (pequenas indústrias de fundo de quintal), e resíduos comerciais.
- 2. LIXO DOMICILIAR:** Formado por resíduos sólidos das atividades residenciais, contém muita quantidade de matéria orgânica, plástico, latas, vidro, papéis, etc.
- 3. LIXO COMERCIAL:** Formado por resíduos sólidos das áreas comerciais, composto por matéria orgânica, papeis e plásticos de vários grupos.
- 4. LIXO PÚBLICO:** Formado por resíduos provenientes de limpeza pública (areia, papéis, folhagem, poda de árvores). Também conhecido por entulho.
- 5. LIXO ESPECIAL:** Formado por resíduos geralmente industriais, merece tratamento, manipulação e transporte especial, são eles: pilhas, embalagem de agrotóxico, embalagem de combustíveis, de remédios ou venenos.
- 6. LIXO INDUSTRIAL:** Nem todos os resíduos produzidos por indústrias, podem ser designados como lixo industrial. Algumas indústrias do meio urbano produzem resíduos semelhantes ao doméstico, exemplo disto são as padarias. Os demais poderão ser enquadrados em lixo especial e ter o mesmo destino.



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

7. LIXO DE SERVIÇO DE SAÚDE: Os serviços hospitalares, ambulatoriais, farmácias, são geradores dos mais variados tipos de resíduos sépticos, resultados de curativos, aplicação de medicamentos que em contato com o meio ambiente ou misturado ao lixo doméstico poderão ser patógenos ou vetores de doenças. Eles devem ser destinados à incineração.

8. LIXO ATÔMICO: Produto resultante da queima de combustível nuclear, composto de urânio enriquecido com isótopo atômico 235. A elevada radioatividade constitui um grave perigo a saúde da população e por isso deve ser enterrado em local próprio e inacessível.

A Legislação

Entre a ampla legislação a respeito do lixo, cabe ressaltar: A educação ambiental é regulamentada pela lei nº 9.795, de 1999, que responsabiliza empresas, órgãos públicos e instituições de ensino a pautar questões ligadas à democratização das informações ambientais. Pela referida Lei, é dever do poder público fazer “a difusão, por intermédio dos meios de comunicação de massa, em espaços nobres, de programas e campanhas educativas, e de informações acerca de temas relacionados ao meio ambiente” (parágrafo único, item I).

Desde 2010 entrou em vigor a Política Nacional de Resíduos Sólidos, Lei nº 12.305, que trata dos Planos Municipais de Resíduos Sólidos e exige o fim dos lixões a céu aberto e a sustentabilidade dos aterros sanitários, com reciclagem, e tratamento de todo material depositado.

O esforço da Gestão Municipal

Nos serviços de limpeza e manutenção urbana, a Prefeitura de Tucuruí vem realizando grandes investimentos, para coibir o descarte de lixo proveniente de limpeza de terrenos residências, podas de árvores, descartes de resíduos de obras e construções, e para isso, tem trabalhando incansavelmente para a redução de pontos de descarte de lixo na via pública. A Prefeitura, por meio da Secretaria Municipal de Habitação, Obras e Urbanismo, vem realizando sistematicamente uma campanha de coleta de entulho em todos os bairros da cidade, para eliminar o quantitativo de lixo descartado nas ruas da cidade sem nenhum critério pré-estabelecido.

O esforço do poder público em limpar e recuperar espaços de descarte irregular e o apoio dos moradores na manutenção desses locais, já ajudou a recuperar áreas que eram dominadas pelo lixo em diversos pontos da cidade. Quem descarta lixo e entulho na via pública e nos canais colaboram para as futuras enchentes que ocorrem em diversos pontos da cidade, e a Prefeitura tem que atuar para limpar ruas e canais, de forma a evitar que esses locais de descarte atraíam animais peçonhentos, além de servirem de criatórios ao mosquito transmissor da Dengue, Chikungunya e Zika.

A Falta de Educação da População



Estado do Pará
Prefeitura Municipal de Tucuruí
Gabinete do Prefeito

Departamento de Comunicação Social - DECOM

Além do descarte de lixo em vias públicas e nos canais, outro problema que aflige Tucuruí e dificulta a manutenção das ruas limpas é a falta de respeito da população aos dias e horários de coleta de lixo.

A coleta do lixo domiciliar é realizada respeitando um cronograma diário que percorre as ruas e bairros da cidade, a programação da coleta em cada residência estabelece horários distintos e pré-estabelecidos, e mesmo assim, as pessoas depositam seu lixo na frente das suas casas ou nas dos vizinhos no mesmo dia em que produz o lixo, e o que é pior, logo após a passagem do caminhão coletor, não armazenando o seu lixo e aguardando para o dia programado para a coleta em sua rua.

A Comunicação se faz necessária

Diante de todo o exposto da problemática do lixo em Tucuruí, faz-se necessária uma campanha publicitária com os seguintes objetivos:

- Mostrar o esforço da gestão municipal em melhorar a limpeza da cidade, tanto das ruas quanto dos canais;
- Trazer a população a uma reflexão sobre o seu papel nesse processo, e conseqüentemente, gerar mudança de atitude em relação ao descarte de lixo;
- Fortalecer a marca institucional da Prefeitura Municipal de Tucuruí através de campanha educativa.

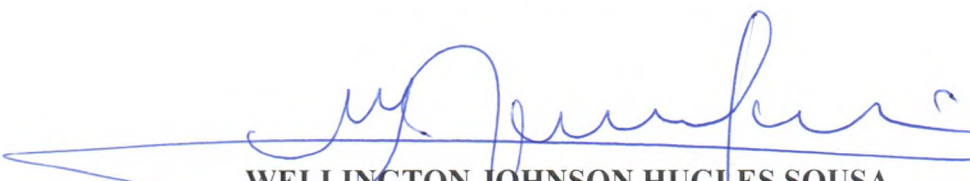
A Verba disponível

A fim de estabelecer um nivelamento entre as diversas propostas, a verba hipoteticamente disponível para esta campanha será de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais), devendo estarem incluídos todos os serviços de criação, produção, mídia e não mídia, ações diversas e mídia online em redes sociais.

Período da Campanha

Considerar o período da campanha publicitária de 30 (trinta) dias, podendo a agência concentrar ou distribuir a mídia como lhe convier.

Tucuruí-PA, 27 de Maio de 2019.


WELLINGTON JOHNSON HUGLES SOUSA
Assessor de Coordenação Superior
Coordenador do Departamento de Comunicação Social
ASCOM/PMT

Travessa Raimundo Ribeiro de Souza, nº 01 - Centro
CEP: 68456-180 – Tucuruí - Pará