



**Câmara Municipal de Ipatinga**  
ESTADO DE MINAS GERAIS  
Comissão de Licitação

**ERRATA Nº 02**

**Processo Licitatório nº 17/2018**

**Tomada de Preços nº 01/2018**

**Objeto:** Contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de ações, programas, serviços e campanhas do Poder Legislativo Municipal, nos termos do artigo 37, parágrafo 1º da Constituição da República Federativa do Brasil, para Prestação de Serviços de Comunicação por Agência de Propaganda, Anunciante e Veículos de Comunicação e suas recíprocas relações vigentes, observado o caráter institucional, educativo, informativo e de orientação social. Tais projetos compreenderão o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse do Poder Legislativo Municipal.

A Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Ipatinga torna público que, o Anexo II do Termo de Referência – Briefing (páginas 28, 29 e 30 do Edital) foi alterado para:

**ANEXO II DO TERMO DE REFERÊNCIA**

***BRIEFING***

**As informações a seguir devem ser consideradas para a formulação das propostas.**

**1 - A COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE**

A comunicação do Poder Legislativo Municipal baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da Câmara informar. Essa comunicação deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social e institucional.

É por meio da comunicação do Poder Legislativo que as pessoas são informadas dos seus direitos e deveres, das ações da Câmara e dos benefícios dessas ações. Nesse sentido, a comunicação do Legislativo cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

**2 - OBJETIVO PRINCIPAL**

- I Disseminar informações sobre assuntos de interesse dos mais diversos órgãos, projetos e programas da Câmara Municipal de Ipatinga.
- II Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do município;
- III Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- IV Explicar os projetos e as políticas propostos pelo Poder Legislativo nas principais áreas de interesse da sociedade;

**2.1 - OBJETIVO ESPECÍFICO**

- I Divulgar os projetos de lei deliberados na Casa;



# Câmara Municipal de Ipatinga

## ESTADO DE MINAS GERAIS

### Comissão de Licitação

- II Divulgar as ações que o Legislativo promove institucionalmente e para fiscalizar o Executivo.
- III Divulgar os trabalhos de projetos desenvolvidos pelo Legislativo, tais como a Câmara Mirim e o CAC.
- IV Divulgar as Audiências Públicas realizadas pela Casa e seus respectivos resultados.

### 3 – ATUAL SITUAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE IPATINGA

A Câmara de Ipatinga iniciou em 2018 o segundo ano da 14ª Legislatura. A composição do parlamento é mista, com membros de diferentes correntes políticas. A Câmara possui atualmente 230 servidores, entre efetivos e comissionados.

O Legislativo sofre com os reflexos da crise moral e ética que atinge toda a classe política no Brasil. Além do descrédito quanto ao seu caráter e intenções, os vereadores são muito questionados quanto à efetividade de suas ações no parlamento.

Fazer e votar leis, além de fiscalizar as ações do Poder Executivo, são os deveres constitucionais de um parlamentar. Entretanto, na hora de reivindicar obras ou reclamar dos serviços públicos é a eles que a população recorre. Os vereadores estão em contato direto com os municípios, que têm acesso franco aos seus gabinetes na Câmara.

O presente trabalho intenciona a criação de uma campanha para destacar essa relação de proximidade dos vereadores com o povo. Reafirmar a disponibilidade dos vereadores para receberem as demandas da população, de efetivamente serem seus porta-vozes junto à administração municipal.

### 4 - A TAREFA DAS LICITANTES

Apresentar uma campanha publicitária sobre o tema “Você não está sozinho nessa batalha”. A campanha deverá ser veiculada em um período de 15 dias e com verba estimada em R\$ 70.000,00 (setenta mil reais).

### 5 - PÚBLICO ALVO

O público alvo da campanha são as pessoas de todas as idades e níveis sociais residentes em Ipatinga.

### 6 - RAZÕES

**Emotiva** – Diante do quadro de crise econômica e ética no país, o cidadão perde a confiança nas instituições e a esperança de ser bem representado por aqueles em quem votou. É neste cenário que a Câmara tenta se posicionar como um Poder capaz de ouvir as demandas da população e somar forças na busca por uma vida melhor para todos.

**Racional** – A campanha com o tema “Você não está sozinho nessa batalha” visa aproximar o município da Câmara, incentivá-lo a procurar os vereadores para apresentar suas demandas.





# Câmara Municipal de Ipatinga

ESTADO DE MINAS GERAIS  
Comissão de Licitação

## 7- PONTOS POSITIVOS

- A Câmara Municipal de Ipatinga disponibiliza em seu site e nas redes sociais informações sobre as atividades parlamentares: transmissão ao vivo de todas as reuniões ordinárias, extraordinárias e de comissões pela TV Câmara; vídeos de entrevistas e das reuniões no canal da Câmara no youtube; textos, fotos e vídeos em seu site e no facebook.
- Portal da Transparência no site com todos os gastos com folha de pagamento e compras, relatórios da gestão fiscal e o balanço financeiro mensal;
- Reuniões ordinárias mensais, quando são votados os projetos de leis, lidas indicações e outras proposições;
- Realização de diversas audiências públicas ao longo do ano, nas quais são debatidos temas relevantes para o desenvolvimento da cidade e qualidade de vida da população.
- Arquivo do Legislativo e biblioteca do setor de Informações Técnicas à disposição do público para consultas;
- Recepção a alunos de escolas públicas e privadas para aulas paradidáticas e acompanhamento dos trabalhos da Câmara Mirim;
- Estrutura oferecida para atividades para a comunidade (plenário);
- O acesso ao 4º andar do prédio da Câmara, onde ficam os gabinetes dos vereadores, tem livre acesso para os cidadãos.

## 8- PONTOS NEGATIVOS

- Imagem desgastada das instituições políticas.
- Pequena participação do cidadão nas sessões e audiências realizadas na Casa.
- Dificuldade de distinção entre o papel do Executivo e do Legislativo.

## 9 - INFORMAÇÕES ESSENCIAIS

**Site** - [www.camaraipatinga.mg.gov.br](http://www.camaraipatinga.mg.gov.br)

**Marca** - A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional do Poder Legislativo Municipal se encontra a seguir:

(Obs: solicitar ao setor da Comunicação Social da Câmara o arquivo original)



**Câmara Municipal de Ipatinga**  
ESTADO DE MINAS GERAIS  
Comissão de Licitação



**10- CONCEITO**

A campanha a ser executada dará destaque à preocupação da Câmara Municipal de Ipatinga em aproximar a população dos vereadores, a fim de que a imagem negativa da classe política possa ser amenizada, pelo menos quanto aos membros Legislativo municipal.

**Cumpre-nos informar que está cancelada a sessão do dia 13/03/2018 e reagendada para o dia 20/03/2018 (terça-feira), às 13:00 horas, na sala de Reuniões nº 101 desta Casa Legislativa.**

Ipatinga, 15 de fevereiro de 2018.

Ranúzia Moreira Gouveia de Moura e Oliveira  
Presidente da Comissão Permanente de Licitação