

CÂMARA MUNICIPAL DE CAJAMAR
CONCORRÊNCIA PRESENCIAL N.º 1/2025
RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTOS N.º 1

PERGUNTA 1:

Plano de mídia – Abrigos de ônibus

No que se refere à estratégia de mídia, questionamos se será permitido considerar, no Plano de Mídia, a utilização de abrigos de ônibus como meio de veiculação.

Em caso positivo, gostaríamos de saber:

a) se essa utilização poderá ser considerada de forma gratuita; ou

b) se haverá cobrança, qual seria o valor ou a forma de precificação aplicada pela Administração Pública.

RESPOSTA 1:

A concessão onerosa de exploração de Mobiliário Urbano bem como sua respectiva fiscalização da execução dos serviços e dos ajustes contratuais são de competência da Prefeitura Municipal de Cajamar, conforme disposto na Lei nº 2.160, de 29 de agosto de 2025.

Dessa forma, caso exista alguma concessão relacionada ao tema em vigor, a utilização dessa mídia, na elaboração da Estratégia de Mídia e Não Mídia na presente Concorrência, seria ONEROSA, uma vez que esse recurso de comunicação não é de titularidade da Câmara Municipal propriamente e, portanto, para fins de atendimento ao estipulado no briefing, não é tido como recurso de comunicação próprio da Câmara Municipal.

PERGUNTA 2:

Comparação entre legislaturas

Considerando que o briefing apresenta dados comparativos entre a 15ª Legislatura (período de 4 anos) e a 16ª Legislatura (período de 5 meses), solicitamos esclarecimento quanto à expectativa da Comissão Organizadora sobre a abordagem criativa e comunicacional dessa comparação.

Especificamente, questionamos se a campanha deve deixar explícita essa comparação entre esses períodos distintos, mesmo considerando que parte dos atuais parlamentares já integrava a legislatura anterior.

Nesse sentido, confirmamos se essa leitura comparativa direta é, de fato, a proposta conceitual esperada pelo briefing.

RESPOSTA 2:

A leitura comparativa entre a 15ª e a 16ª Legislatura, embora apresentada no *briefing* como dado de referência, não constitui uma abordagem obrigatória para a campanha. A agência possui a liberdade de optar por essa estratégia ou desenvolver outra que, a seu critério, melhor atenda aos objetivos de comunicação estabelecidos.

Nesse sentido, caso a agência opte por desenvolver uma campanha que utilize a comparação direta entre as legislaturas, tal abordagem não será considerada irregular, desde que observados os princípios da comunicação pública e as diretrizes deste certame.

Ressalta-se, porém, que, independentemente da escolha pela comparação, o foco da comunicação deve sempre recair sobre a atuação coletiva e institucional da Câmara Municipal de Cajamar, devendo a campanha evidenciar o desempenho da instituição e a prestação de contas à população, respeitando rigorosamente o Princípio da Impessoalidade. A narrativa não deve se confundir com a figura individual de parlamentares ou gestões específicas, mas sim com a capacidade de produção legislativa da Casa.

Portanto, a diferença temporal entre os períodos (15ª Legislatura com 4 anos e 16ª Legislatura com 5 meses) é um elemento que pode ser explorado criativamente para destacar a produtividade e eficiência. Contudo, a exploração dessa particularidade não é mandatória, cabendo à agência avaliar sua pertinência na estratégia comunicacional proposta.

PERGUNTA 3:

Nome institucional e menção ao período de apuração

No item “Dos elementos e informações obrigatórias”, o briefing menciona a necessidade de utilização do “Nome institucional completo e menção ao período de apuração da campanha: Câmara Municipal de Cajamar”.

Dessa forma, solicitamos esclarecimento se tal exigência implica que essa nomenclatura deva constar obrigatoriamente no slogan da campanha, ou se sua aplicação se restringe à assinatura institucional das peças/brasão.

RESPOSTA 3:

A utilização se restringe à inserção do nome institucional da Câmara Municipal de Cajamar e do brasão do Município de Cajamar nas peças criativas.