MUNICÍPIO DE RIO FORTUNA/SC

BRIEFING

CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO PARA IMPLANTAÇÃO DA COLETA SELETIVA E CORRETA DISPOSIÇÃO DOS RESÍDUOS

1. TEMA DA CAMPANHA

Conscientização e orientação da população do Município de Rio Fortuna/SC para a implantação da coleta seletiva, destacando a importância da correta separação entre resíduos comuns e materiais recicláveis e incentivando a criação desse novo hábito pela população.

A campanha deverá considerar as diferentes sistemáticas de coleta nas zonas urbana e rural e orientar a população sobre a importância de disponibilizar os resíduos e materiais recicláveis somente nos dias adequados às respectivas coletas.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

O Município de Rio Fortuna está em processo de implantação da coleta seletiva de resíduos, representando uma mudança na forma como a população deverá separar e disponibilizar seus resíduos para recolhimento.

Até o momento, o Município não dispõe de coleta seletiva implantada de forma regular. A introdução do novo serviço exige, portanto, um trabalho inicial de informação, educação e conscientização da população.

A implantação ocorrerá considerando características distintas das áreas urbana e rural. Na zona urbana, serão realizados tanto o serviço de coleta de resíduos comuns quanto a coleta seletiva de materiais recicláveis. Na zona rural, o serviço a ser implantado compreenderá somente a coleta de materiais recicláveis.

Essa diferença deverá ser considerada na comunicação, de modo que os moradores compreendam claramente quais serviços serão disponibilizados em cada região e como deverão separar e disponibilizar os materiais para recolhimento.

A implantação da coleta seletiva somente alcançará resultados satisfatórios com a participação dos moradores, comerciantes, empresas e demais geradores de resíduos, especialmente mediante a separação dos materiais recicláveis dos resíduos comuns ainda nas residências e estabelecimentos.

Nesse primeiro momento, é fundamental fazer com que a população compreenda por que separar, o que separar, como separar e quais materiais serão recolhidos em sua localidade, incorporando gradualmente esse novo hábito à rotina.

Na zona urbana, também deverá ser trabalhada a importância de disponibilizar os resíduos para recolhimento somente nos dias adequados. A colocação antecipada de sacos e recipientes nas ruas e passeios públicos pode favorecer o rompimento das embalagens pela ação de animais, vento,

chuva ou outros fatores, ocasionando o espalhamento de resíduos e comprometendo a limpeza dos espaços públicos.

A campanha deverá contribuir para a introdução de uma nova cultura de separação dos resíduos no Município, considerando as particularidades das zonas urbana e rural e preparando a população para participar efetivamente da coleta seletiva.

A relevância da presente campanha também se evidencia diante do atual momento vivenciado pelo Município, que se encontra com processo licitatório em andamento para a contratação dos serviços de coleta de resíduos sólidos, contemplando a implantação da coleta seletiva. A nova sistemática exigirá a participação e a colaboração da população para que os serviços alcancem os resultados esperados, especialmente quanto à correta separação dos resíduos recicláveis e rejeitos, bem como à sua adequada disponibilização nos dias e horários estabelecidos para a coleta. Nesse contexto, a conscientização prévia e contínua da comunidade constitui medida essencial para preparar os munícipes para a implantação do novo serviço, reduzir descartes inadequados e contribuir para a eficiência da coleta, da limpeza e a preservação ambiental.

Caso a licitante considere pertinente para a elaboração de sua proposta, as informações relativas ao processo licitatório referente à contratação dos serviços de coleta de resíduos sólidos urbanos e à implantação da coleta seletiva encontram-se disponíveis para consulta no endereço eletrônico: https://riofortuna.sc.gov.br/licitacao/concorrencia-eletronica-n06-2026-pl-n107-2026/.

Embora o plano publicitário, sirva para a avaliação técnica da agência selecionada, tendo em vista que o objeto deste Briefing será necessário para o Município, que encontra-se com licitação em andamento para a coleta do lixo convencional e seletiva, com a implantação da uma política municipal para a coleta seletiva, reserva-se ao Município a possibilidade de utilizar a campanha proposta pela licitante vencedora, durante a execução contratual, se assim julgar conveniente e suficiente para bem informar o cidadão. Além disso, reserva-se ao Município, caso necessário, requisite, alterações e ajustes na campanha supra citada.

3. PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

O principal desafio de comunicação está relacionado à introdução de um novo hábito na rotina da população de Rio Fortuna.

Com a implantação da coleta seletiva, os cidadãos precisarão compreender a diferença entre resíduos comuns e materiais recicláveis, a importância da separação e a sistemática de coleta aplicável à sua localidade.

A comunicação deverá evitar dúvidas entre os públicos urbano e rural, deixando claro que, na zona urbana, haverá coleta de resíduos comuns e de materiais recicláveis, enquanto, na zona rural, será realizada somente a coleta de materiais recicláveis.

Por se tratar da implantação de um novo serviço, parte da população poderá não possuir conhecimento suficiente sobre a forma adequada de separação, sobre quais materiais são recicláveis ou sobre a importância ambiental e coletiva dessa prática.

O desafio consiste, portanto, em apresentar a nova sistemática de forma simples, didática e acessível, estimulando a população a incorporar a separação dos materiais recicláveis à sua rotina.

4. OBJETIVO GERAL

Preparar, informar e conscientizar a população de Rio Fortuna para a implantação da coleta seletiva, estimulando a criação do hábito de separar corretamente os materiais recicláveis dos resíduos comuns e orientando sobre as diferentes sistemáticas de coleta nas zonas urbana e rural.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar à população a implantação da coleta seletiva no Município de Rio Fortuna;
- Conscientizar sobre a importância ambiental, social e coletiva da separação dos resíduos;
- Ensinar, de maneira simples, a diferença entre resíduos comuns e materiais recicláveis;
- Orientar sobre quais materiais devem ser separados para a coleta seletiva;
- Informar claramente as diferenças entre os serviços de coleta disponibilizados nas zonas urbana e rural;
- Conscientizar os moradores da zona urbana de que serão realizadas a coleta dos resíduos comuns e a coleta seletiva dos materiais recicláveis;
- Conscientizar os moradores da zona rural sobre a implantação da coleta dos materiais recicláveis;
- Incentivar a criação do hábito de separar os materiais recicláveis nas residências, comércios, empresas e demais estabelecimentos;
- Demonstrar que a participação da população é indispensável para o sucesso da coleta seletiva;
- Orientar sobre a forma e o momento adequados para disponibilização dos materiais para recolhimento;
- Conscientizar, especialmente na zona urbana, sobre a importância de colocar os resíduos para recolhimento somente nos dias adequados às respectivas coletas; e
- Estimular o sentimento de responsabilidade compartilhada pela limpeza e preservação do Município.

6. PÚBLICO-ALVO

A campanha será direcionada à população do Município de Rio Fortuna, compreendendo moradores das zonas urbana e rural.

A estratégia de comunicação deverá considerar as particularidades dos públicos atendidos em cada região, especialmente em razão da diferença entre os serviços disponibilizados:

Zona urbana: coleta de resíduos comuns e coleta seletiva de materiais recicláveis.

Zona rural: coleta seletiva de materiais recicláveis.

A estratégia poderá considerar diferentes segmentos da população, incluindo famílias, crianças e adolescentes, idosos, comerciantes, prestadores de serviços, empresas e demais geradores de resíduos.

Por se tratar da implantação de um novo serviço, a comunicação deverá ser acessível aos diferentes públicos e deixar suficientemente claras as orientações aplicáveis às zonas urbana e rural.

7. MENSAGENS ESSENCIAIS

- A coleta seletiva está sendo implantada em Rio Fortuna: a população passará a contar com o recolhimento específico de materiais recicláveis.
- Na zona urbana haverá dois tipos de coleta: os moradores deverão separar os resíduos comuns dos materiais recicláveis e observar os respectivos dias de recolhimento.
- Na zona rural será realizada a coleta dos materiais recicláveis: os moradores deverão separar adequadamente esses materiais e disponibilizá-los para recolhimento conforme o cronograma estabelecido.
- Separar é o primeiro passo: os materiais recicláveis devem ser separados dos resíduos comuns ainda nas residências, comércios e demais locais onde são gerados.
- É necessário aprender a separar corretamente: a população deverá conseguir identificar, de maneira simples, quais materiais são recicláveis.
- A separação correta gera benefícios coletivos: favorece a reciclagem, reduz desperdícios e contribui para a preservação ambiental.
- A coleta seletiva depende da participação da população: o novo serviço somente produzirá os resultados esperados com a colaboração dos cidadãos.
- Os resíduos e materiais recicláveis devem ser disponibilizados nos momentos adequados, conforme os dias definidos para cada tipo de coleta e localidade.
- Na zona urbana, colocar o lixo comum antecipadamente na rua pode gerar sujeira, pois sacos deixados por períodos prolongados podem ser rompidos e ter seu conteúdo espalhado pelas vias e passeios públicos.

8. TOM DA COMUNICAÇÃO

Por se tratar do início da implantação da coleta seletiva, a campanha deverá possuir caráter predominantemente educativo, informativo, didático, positivo e mobilizador.

A linguagem deverá ser simples e acessível, evitando excesso de informações técnicas.

Mais do que cobrar determinado comportamento, a comunicação deverá ensinar, explicar e incentivar, demonstrando de forma prática como a população poderá participar da nova sistemática de coleta.

A comunicação deverá ser capaz de diferenciar as orientações destinadas às zonas urbana e rural sem gerar confusão, mantendo unidade na campanha.

A campanha deverá despertar a percepção de que a implantação da coleta seletiva representa uma evolução para o Município e que sua efetividade depende da participação cotidiana da população.

9. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

A agência deverá desenvolver uma solução de comunicação capaz de apresentar a coleta seletiva à população, explicar as diferenças entre as sistemáticas das zonas urbana e rural e estimular a criação de um novo hábito.

- Despertar a atenção e o interesse da população pela implantação da coleta seletiva;

- Explicar de maneira simples a importância da separação dos resíduos;
- Facilitar a identificação entre materiais recicláveis e resíduos comuns;
- Comunicar com clareza as diferenças entre a coleta na zona urbana e na zona rural;
- Estimular a separação dos materiais recicláveis no local em que são gerados;
- Demonstrar o papel de cada cidadão no funcionamento da coleta seletiva;
- Orientar sobre a disponibilização dos materiais nos dias adequados;
- Relacionar a separação correta com a limpeza, organização e preservação ambiental do Município; e
- Proporcionar adequada assimilação e lembrança das mensagens.

A definição do conceito, slogan, identidade visual, abordagem criativa, peças e demais soluções de comunicação caberá às licitantes no desenvolvimento de suas propostas.

10. RESULTADOS ESPERADOS

- Tornar conhecida pela população a implantação da coleta seletiva no Município;
- Ampliar o conhecimento sobre a diferença entre resíduos comuns e materiais recicláveis;
- Ensinar a população a realizar a separação adequada;
- Fazer com que a população compreenda as diferenças entre os serviços disponibilizados nas zonas urbana e rural;
- Estimular a formação do hábito de separar os materiais recicláveis;
- Preparar a população para participar do novo sistema de coleta;
- Favorecer a adesão inicial da população à coleta seletiva;
- Conscientizar sobre os benefícios ambientais e coletivos da reciclagem;
- Reduzir a disponibilização de resíduos fora dos dias adequados de coleta, especialmente na zona urbana;
- Contribuir para a redução de resíduos espalhados nas vias e passeios públicos; e
- Iniciar a construção de uma cultura de responsabilidade compartilhada pela correta destinação dos resíduos e pela limpeza de Rio Fortuna.

11. ABRANGÊNCIA

A campanha deverá abranger o território do Município de Rio Fortuna/SC, considerando as particularidades das zonas urbana e rural.

Para elaboração da estratégia de comunicação, deverá ser considerada a seguinte configuração dos serviços:

a) Zona urbana: coleta de resíduos comuns e coleta seletiva de materiais recicláveis;

b) Zona rural: coleta seletiva de materiais recicláveis.

A estratégia deverá apresentar solução de comunicação capaz de transmitir essas diferenças de forma simples e inequívoca, evitando dúvidas quanto aos materiais que serão recolhidos em cada região.

A escolha dos meios, canais, formatos e ações deverá considerar as características dos diferentes públicos, a abrangência territorial e a necessidade de alcançar tanto a população urbana quanto a rural.

12. VERBA REFERENCIAL PARA O EXERCÍCIO

Para fins exclusivos de elaboração do Plano de Comunicação Publicitária, as licitantes deverão considerar uma verba referencial de R$ 8.000,00 (oito mil reais).

A verba deverá ser considerada no desenvolvimento da estratégia proposta, especialmente para fins de planejamento da produção, veiculação e/ou execução das ações de comunicação apresentadas.

As licitantes deverão demonstrar a adequada utilização dos recursos disponíveis, buscando compatibilidade entre a solução proposta, o alcance pretendido e a realidade do Município de Rio Fortuna.

13. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Com base neste briefing, a licitante deverá elaborar o Plano de Comunicação Publicitária exigido pela Lei Federal nº 12.232/2010, contemplando:

I – Raciocínio Básico: diagnóstico das necessidades de comunicação e demonstração da compreensão das características e desafios relacionados à implantação da coleta seletiva no Município;

II – Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação e defesa da estratégia proposta para informar, conscientizar e mobilizar a população, considerando as particularidades das zonas urbana e rural;

III – Ideia Criativa: apresentação da solução criativa desenvolvida pela licitante para transmitir as mensagens e alcançar os objetivos estabelecidos; e

IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia: apresentação e justificativa dos meios, canais, ações e estratégias de divulgação propostos, considerando o público-alvo, a abrangência municipal e a verba referencial de R$ 8.000,00 (oito mil reais).

A proposta deverá observar as demais condições, limitações e critérios estabelecidos no instrumento convocatório.

Rio Fortuna/SC, [data da assinatura eletrônica]

gov.br
Documento assinado digitalmente
JUNIOR SCHMITZ
Data: 01/10/2026 06:34:34-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

Secretário Municipal de Administração, Planejamento e Finanças
JÚNIOR SCHMITZ.