



ANEXO II – BRIEFING

Concorrência Presencial nº 01/2026 – Processo Administrativo nº 215/2026 –
Solicitação nº 641/2026/COMUNICAÇÃO

Versão consolidada, com a retificação do item 1.2

1. SITUAÇÃO GERAL

1.1. Contexto histórico e institucional

Lages possui uma trajetória histórica profundamente relacionada ao tropeirismo, à criação de gado, à exploração da madeira e à sua posição estratégica na Serra Catarinense. Antes da ocupação colonial, a região dos Campos de Lages era habitada por povos indígenas, especialmente grupos ligados aos Kaingang. A ocupação colonial ganhou força a partir do século XVIII, em razão dos caminhos utilizados pelos tropeiros para o transporte de gado e mulas entre o Rio Grande do Sul e São Paulo.

Em 22 de novembro de 1766, Antônio Correia Pinto de Macedo fundou a vila de Nossa Senhora dos Prazeres das Lagens, atendendo à determinação da Coroa Portuguesa de ocupar e proteger o território. A denominação Lages ou Lagens está relacionada às formações rochosas encontradas na região.

A localização estratégica contribuiu para que Lages se consolidasse como ponto de passagem e descanso para os tropeiros, favorecendo o surgimento de propriedades rurais, atividades comerciais e a criação de gado. O tropeirismo deixou marcas importantes na formação cultural e na identidade do município.

Ao longo do século XIX, Lages esteve inserida em importantes acontecimentos políticos e militares do Sul do Brasil, incluindo os conflitos relacionados à Revolução Farroupilha. No início do século XX, a região também esteve próxima dos acontecimentos da Guerra do Contestado, episódio que marcou profundamente a história de Santa Catarina e do Paraná.

Outro período decisivo para o desenvolvimento econômico do município foi o ciclo da madeira. A grande quantidade de araucárias existente na Serra Catarinense contribuiu para o crescimento da exploração madeireira, especialmente durante o século XX. Esse período trouxe novos investimentos, crescimento urbano e fortalecimento de Lages como centro comercial e de serviços da região.

Com o passar das décadas, a economia lageana passou por um processo de diversificação. Atualmente, comércio, saúde, educação, indústria, agropecuária, turismo e prestação de serviços possuem participação relevante na dinâmica econômica e social do município.



Apesar das transformações econômicas e urbanas, a identidade cultural de Lages permanece fortemente relacionada às suas origens. O campo, o tropeirismo, a pecuária, o pinhão, a música nativista, as tradições serranas, a gastronomia e a paisagem da Serra Catarinense constituem elementos importantes dessa identidade.

A Festa Nacional do Pinhão tornou-se um dos principais símbolos da cultura local e contribuiu para projetar Lages para além da Serra Catarinense, fortalecendo sua presença no cenário turístico e cultural.

Atualmente, Lages é um dos principais centros urbanos da Serra Catarinense, exercendo papel de referência regional em diferentes áreas. Sua trajetória é marcada pela capacidade de transformação ao longo dos séculos, preservando elementos que constituem sua identidade e incorporando novas perspectivas de desenvolvimento.

Em 2026, o município completa 260 anos de sua fundação, constituindo a data uma oportunidade para celebrar sua trajetória, valorizar sua memória e sua identidade e apresentar uma cidade que continua em transformação.

1.2. Objeto da comunicação

Desenvolvimento de campanha institucional hipotética alusiva aos 260 anos de fundação de Lages, elaborada exclusivamente para fins de avaliação das propostas técnicas. A campanha simulada não constitui campanha aprovada nem compromisso de execução futura (item 9.5 do Edital). A campanha deverá valorizar a trajetória histórica do município, sua cultura, suas tradições, sua identidade, seus espaços, suas pessoas e suas potencialidades, estabelecendo conexão entre diferentes momentos da história de Lages.

A comunicação deverá considerar os 260 anos não apenas como uma data comemorativa, mas como uma oportunidade de fortalecer a relação da população com a cidade e ampliar o reconhecimento de Lages como município de relevância histórica, cultural e turística.

1.3. Características e atributos

Constituem elementos relevantes para o desenvolvimento da comunicação:

- história e memória;
- identidade lageana;
- sentimento de pertencimento;
- cultura e tradições serranas;
- tropeirismo;
- campo e pecuária;



- pinhão e gastronomia;
- música e manifestações culturais;
- patrimônio e espaços da cidade;
- paisagem da Serra Catarinense;
- turismo;
- pessoas que fizeram e fazem parte da história do município;
- transformação e desenvolvimento; e
- relação entre passado, presente e futuro.

A utilização desses elementos deverá ser avaliada pela licitante de acordo com a estratégia e a solução criativa apresentadas.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O principal desafio de comunicação consiste em transformar a celebração dos 260 anos de Lages em uma mensagem relevante para a população contemporânea, evitando que a data seja percebida apenas como uma comemoração histórica.

A campanha deverá contribuir para aproximar a população da história do município, fazendo com que diferentes gerações reconheçam nos 260 anos de Lages não apenas acontecimentos do passado, mas também pessoas, lugares, costumes, tradições e experiências que permanecem presentes na vida cotidiana.

Ao mesmo tempo, deverá contribuir para apresentar Lages a visitantes e turistas a partir de seus elementos históricos, culturais, naturais e gastronômicos, fortalecendo sua identidade e suas potencialidades turísticas.

Nesse contexto, o desafio consiste em estabelecer uma conexão entre a Lages que surgiu nos caminhos dos tropeiros e se desenvolveu a partir do campo, do gado e da madeira e a Lages contemporânea, que se consolidou como centro urbano e regional da Serra Catarinense.

A campanha deverá, portanto, trabalhar a relação entre história e contemporaneidade, tradição e transformação, pertencimento e futuro.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

3.1. Objetivo geral

Valorizar os 260 anos de história de Lages, fortalecendo o sentimento de pertencimento, identificação e orgulho da população em relação ao município e contribuindo para a valorização de sua identidade histórica, cultural e turística.



3.2. Objetivos específicos

A campanha deverá contribuir para:

- celebrar os 260 anos de Lages de forma ampla e significativa;
- valorizar a história e a memória do município;
- fortalecer o sentimento de pertencimento e orgulho de ser lageano;
- aproximar diferentes gerações da história e da identidade de Lages;
- valorizar a cultura e as tradições serranas;
- destacar pessoas, lugares, histórias e manifestações que fazem parte da trajetória do município;
- estabelecer conexão entre passado, presente e futuro;
- estimular o conhecimento e a valorização dos espaços, patrimônios e atrativos de Lages;
- contribuir para o fortalecimento da imagem de Lages como destino turístico e cultural;
- estimular moradores e visitantes a conhecer, vivenciar e valorizar a cidade; e
- reforçar a percepção de que a história de Lages continua sendo construída no presente.

4. PÚBLICOS-ALVO

4.1. Público primário

Moradores do Município de Lages, de diferentes faixas etárias, perfis socioeconômicos e regiões da cidade. A comunicação deverá considerar tanto moradores que possuem forte vínculo com a história e as tradições locais quanto públicos que possuem menor conhecimento ou identificação com esses elementos.

Deverá ser considerada, ainda, a diversidade geracional da população, especialmente a necessidade de estabelecer comunicação capaz de dialogar com públicos mais jovens sem afastar aqueles que possuem relação histórica e afetiva mais consolidada com o município.

4.2. Públicos secundários

- visitantes e turistas;
- pessoas que nasceram ou viveram em Lages e atualmente residem em outros municípios;



- pessoas que possuem vínculos familiares, afetivos, culturais ou históricos com o município;
- moradores de municípios da Serra Catarinense e de outras regiões com potencial de visitação; e
- pessoas interessadas em história, cultura, gastronomia, turismo e tradições serranas.

5. PRAÇA

A praça prioritária da campanha será o Município de Lages, Santa Catarina.

A estratégia de comunicação e mídia poderá considerar, conforme a proposta apresentada pela licitante, públicos externos ao município com potencial interesse turístico, cultural ou afetivo em Lages.

6. PERÍODO

A campanha hipotética terá duração de até 30 (trinta) dias.

Caberá à licitante indicar, em sua proposta técnica, o período e a distribuição das ações que considerar mais adequados para o alcance dos objetivos de comunicação, observadas as condições estabelecidas no Edital.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

A verba referencial da campanha hipotética é de **R\$ 650.000,00 (seiscentos e cinquenta mil reais)**.

O valor contempla os custos de criação, produção, veiculação e remuneração da agência, observadas as condições estabelecidas no Edital (item 9.3) e nos demais instrumentos da contratação.

A distribuição dos recursos entre criação, produção, veiculação e demais necessidades deverá ser apresentada pela licitante na simulação do plano de distribuição, de acordo com a estratégia de comunicação proposta. O valor total da simulação não poderá ultrapassar a verba referencial (item 12.6, alínea "f", do Edital).

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Para elaboração da proposta técnica, deverão ser consideradas informações históricas, culturais, institucionais e turísticas relacionadas ao Município de Lages.

Entre as fontes e referências que poderão subsidiar a elaboração da campanha estão:



- informações oficiais do Município de Lages;
- dados e registros históricos relacionados à formação do município;
- informações relacionadas ao tropeirismo e à formação cultural da Serra Catarinense;
- registros relacionados ao ciclo da madeira e ao desenvolvimento econômico de Lages;
- informações sobre patrimônio histórico, cultural e natural;
- informações sobre turismo, gastronomia e manifestações culturais;
- informações sobre a Festa Nacional do Pinhão e demais eventos culturais;
- dados oficiais sobre população e características socioeconômicas do município, quando disponíveis;
- portal institucional da Prefeitura Municipal de Lages;
- Portal da Transparência do Município; e
- demais fontes oficiais disponibilizadas pelo Município.

As informações históricas e institucionais utilizadas na campanha deverão ser verificáveis e provenientes de fontes oficiais ou reconhecidas.

Quando necessário, caberá à licitante realizar levantamento complementar para subsidiar o desenvolvimento da proposta, observadas as condições previstas no Edital.

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

O Município de Lages dispõe de canais e estruturas próprias de comunicação que poderão reforçar ou complementar as ações publicitárias, conforme estratégia apresentada pela licitante.

Entre os recursos disponíveis estão:

- portal institucional da Prefeitura Municipal de Lages;
- perfis oficiais do Município nas redes sociais;
- canais digitais institucionais;
- eventos e ações institucionais, culturais e turísticas promovidos pelo Município;
- espaços e equipamentos públicos municipais passíveis de utilização para comunicação, observadas as condições técnicas e legais; e
- demais meios próprios disponibilizados pelo Município durante o período da campanha.



A utilização desses recursos deverá observar a legislação aplicável à publicidade institucional e as diretrizes estabelecidas pelo Município.

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO

O Município de Lages possui histórico de ações de comunicação institucional, cultural e turística relacionadas à valorização da cidade, à promoção de eventos, à cultura local, às tradições serranas e à Festa Nacional do Pinhão.

Para a elaboração da proposta, as licitantes deverão considerar os esforços de comunicação realizados anteriormente pelo Município e, quando disponibilizados, os respectivos conceitos, identidades visuais, peças e canais de divulgação.

A nova campanha deverá apresentar solução própria para a celebração dos 260 anos, evitando a simples reprodução de conceitos, slogans, identidades ou abordagens utilizadas anteriormente.

10.1. Acesso às informações

Os canais oficiais do Município poderão ser utilizados pelas licitantes para conhecimento das ações de comunicação e das informações institucionais disponíveis:

- portal institucional: www.lages.sc.gov.br; e
- redes sociais oficiais: @prefeituradelages.

10.2. Investimentos publicitários anteriores

As informações referentes aos investimentos publicitários realizados pelo Município estarão disponíveis nos canais oficiais de transparência e nos documentos relacionados aos contratos de publicidade, conforme a legislação aplicável.

Quando necessário para a formulação das propostas, deverão ser consideradas as informações oficialmente disponibilizadas relativas aos investimentos em produção e mídia.

11. DIRETRIZES DA CAMPANHA

A campanha deverá considerar as seguintes diretrizes:

- valorizar os 260 anos de Lages e sua trajetória histórica;
- fortalecer o sentimento de pertencimento da população;
- valorizar a identidade cultural e as tradições do município;
- estabelecer relação entre passado, presente e futuro;
- demonstrar que a história do município continua sendo construída;



- considerar diferentes gerações e formas de relação com a cidade;
- valorizar pessoas, histórias, lugares, manifestações culturais e elementos que constituem a identidade lageana;
- contribuir para a valorização turística e cultural do município;
- utilizar linguagem acessível e contemporânea;
- evitar abordagem exclusivamente histórica, documental ou cronológica;
- estimular a população a conhecer e valorizar a cidade; e
- permitir que a solução criativa, o conceito, o slogan, a identidade visual e as estratégias de comunicação sejam desenvolvidos livremente pela licitante, respeitadas as diretrizes deste Briefing.

As diretrizes acima não constituem determinação de conceito criativo ou de solução publicitária, cabendo à licitante apresentar a estratégia e a solução que considerar mais adequadas para o alcance dos objetivos estabelecidos.

12. RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que a campanha:

- gere reconhecimento público dos 260 anos de Lages;
- fortaleça o sentimento de pertencimento e orgulho da população;
- amplie o conhecimento sobre a história e a cultura do município;
- valorize elementos que constituem a identidade lageana;
- estimule a população a reconhecer e vivenciar espaços, patrimônios e atrativos do município;
- contribua para a valorização turística e cultural de Lages;
- estabeleça comunicação capaz de alcançar diferentes gerações;
- reforce a relação entre a história de Lages e a experiência de viver na cidade atualmente;
- contribua para apresentar Lages como uma cidade com história, identidade, cultura e perspectivas de futuro; e
- transforme a celebração dos 260 anos em uma oportunidade de valorização coletiva do município.

A campanha deverá contribuir para que a população perceba os 260 anos não apenas como uma marca temporal, mas como resultado de uma trajetória construída por diferentes gerações e que continua sendo construída no presente.



13. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

As informações constantes deste Briefing têm como finalidade subsidiar as licitantes na elaboração de suas propostas técnicas.

A licitante deverá desenvolver sua proposta a partir da interpretação estratégica do desafio apresentado, podendo propor diferentes abordagens, conceitos, linguagens, formatos, meios e estratégias de comunicação, desde que compatíveis com os objetivos, os públicos, a praça, o período, a verba e as demais condições estabelecidas no Edital.

A definição da solução criativa é de responsabilidade da licitante, e o Município não fica vinculado a conceito, slogan, peça, formato ou estratégia sugeridos neste Briefing.

O problema de comunicação, o período e a verba deste Briefing são hipotéticos e destinam-se exclusivamente à elaboração e ao julgamento das propostas técnicas (item 9.5 do Edital; item 13.11 do Termo de Referência).

Lages/SC, 08 de outubro 2026

**SAMUEL
RAMOS:07197998
999**

Assinado de forma digital por
SAMUEL RAMOS:07197998999
Dados: 2026.10.08 16:59:58
-03'00'

SAMUEL RAMOS

Chefe de Gabinete – Matrícula 305053

gapre@lages.sc.gov.br