

Raciocínio Básico

A história da Câmara de Vereadores de Blumenau remonta ao dia 10 de janeiro de 1883, pouco menos de três anos após a emissão do decreto Nº 860, que criou o município de Blumenau. Naquela data, ocorreu a primeira sessão do legislativo municipal. Presidida por José Henrique Flores Filho, a Câmara possuía 7 vereadores.

Naquele tempo, legislativo e executivo compartilhavam a mesma estrutura física, o clássico endereço na Rua XV de Novembro (na época, ainda denominada Wurststraße) que hoje abriga a Secretaria de Cultura.

A Câmara só passou a atuar em um endereço próprio muitos anos depois, em 2013, quando se mudou para a localização atual.

Ao longo de todos os seus anos de história, a Câmara de Vereadores de Blumenau sempre desempenhou um papel fundamental e indelével para a população, atuando fortemente na criação e aprovação de leis que ajudaram a moldar a sociedade blumenauense dos dias de hoje além de trabalhar constantemente na fiscalização das ações do poder executivo blumenauense. Dessa forma, a instituição representa o pleno funcionamento do regime democrático em âmbito municipal, contribuindo para o debate respeitoso e saudável de ideias entre os membros escolhidos pelo povo, conferindo à Câmara o status de canal mais importante para a comunicação da população com a administração pública. Entre todos os órgãos públicos e esferas de poder, a Câmara de Vereadores é a que está mais próxima do povo.

Considerando que Blumenau é uma cidade com rica história e em constante evolução e levando em conta o contexto de proximidade da Câmara com a população, é natural que esta busque constantemente aprimorar as suas formas de se comunicar diretamente com os blumenauenses, sendo um órgão acessível e transparente. Dessa forma, a função dos vereadores eleitos pelo povo vai além da mera elaboração de leis e fiscalização, estende-se também a escuta e mediação das necessidades dos blumenauenses.

As relações da Câmara com os munícipes são marcadas por uma busca contínua por um diálogo produtivo e edificante. Neste contexto, a Ouvidoria da Câmara surge como um instrumento indispensável, oferecendo um espaço para que os cidadãos possam expressar suas preocupações, sugestões, críticas ou idéias. É através deste canal de comunicação que qualquer cidadão pode, inclusive, sugerir seus próprios projetos de lei. Neste contexto é possível constatar que a ouvidoria funciona como uma extensão das atividades tradicionais do legislativo, permitindo que os moradores do município contribuam ativamente tanto com a atividade fiscalizatória dos vereadores, quanto na elaboração de novas leis. Compreende-se, portanto, que qualquer ação que seja benéfica a ouvidoria é também benéfica para o legislativo municipal como um todo.

No atual contexto político e econômico de Blumenau, a Câmara encara importantes desafios. A política, como um todo, enfrenta resistência de boa parte da população, as demandas por transparência se tornam cada vez mais frequentes, e o avanço das tecnologias da informação, mesmo com todas as suas vantagens, acaba por potencializar informações falaciosas e nocivas, o que pode minar ainda mais a confiança do público nas dinâmicas e instituições democráticas. Uma ouvidoria forte e conhecida, atuando como um canal de comunicação direto e acessível, ajuda a enfrentar todos estes desafios, uma vez que contribui para a disseminação de informações oficiais e verdadeiras e contribui para estimular o engajamento do povo no cotidiano político.

Os desafios até aqui mencionados não chegam a ser propriamente uma novidade para aqueles que estão familiarizados com a política e a sociedade brasileira, afinal, são desafios vividos por diferentes esferas da administração pública em âmbito nacional e até mesmo global. Sendo assim, é valioso destacar o papel de alta importância da Câmara em ouvir atentamente e agir de forma a propor soluções para os problemas cotidianos que mais afligem os blumenauenses: a falta de água em certas regiões, a qualidade do transporte público, a falta de vagas nas creches, as frequentes quedas de energia em alguns bairros

4

e as políticas públicas relativas à prevenção e planos de emergência em casos de enchentes, deslizamentos e outras catástrofes climáticas.

Para garantir o sucesso da campanha que nos propomos a fazer, uma das etapas mais cruciais é a compreensão adequada das necessidades de comunicação da Câmara de Vereadores de Blumenau. É necessário aumentar a consciência sobre o papel da ouvidoria, que, por diferentes motivos, acaba sendo subutilizada pela população. O baixo engajamento político, a falsa percepção de que a Câmara está distante das demandas da comunidade e a falta de informação sobre os serviços prestados pela ouvidoria são fatores que agem como limitadores da participação popular. Estando cientes de tais problemáticas e das necessidades de comunicação do órgão, torna-se evidente o objetivo específico: promover uma comunicação clara, acessível e eficiente, destacando o papel e a importância da ouvidoria como uma conexão direta entre os legisladores e aqueles que os elegeram.

A campanha simulada deve, portanto, ser desenvolvida considerando a necessidade de desmistificar a atuação da Câmara, tornando o órgão mais próximo do cidadão blumenauense. Isso será atingido através de uma comunicação informativa, educativa e de forte orientação social, que seja facilmente compreendida por todos os públicos. Acima de tudo, tal comunicação deve ser humanizada, afinal, estamos falando de aproximar a população da Câmara e solidificar novos canais de diálogo. Dessa forma, é possível criar um cenário em que a população se sinta segura e estimulada a utilizar os serviços oferecidos pela ouvidoria, mobilizando-a para atuar em favor das causas de interesse comum, além de estar ciente dos impactos positivos gerados na sociedade a partir de tal interação democrática.

Em um cenário mais amplo, a valorização da ouvidoria não deve ser vista apenas como uma ação isolada, mas como parte de uma estratégia mais ampla que busca reverter a imagem da Câmara e consolidá-la como uma entidade inovadora e confiável.

Em conclusão, a construção de um plano de comunicação publicitária que enfatize a ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau se mostra não apenas pertinente, mas altamente necessária. Tendo em vista que é através de uma participação ativa da sociedade no legislativo que a Câmara pode se reconectar de forma mais profunda com o cidadão e, dessa forma, melhorar significativamente a percepção da opinião pública em relação ao órgão.

Dos tempos de José Henrique Flores Filho até o século XXI muita coisa mudou: as tecnologias, a sociedade e a cidade como um todo. Mas a essência do legislativo permanece sempre a mesma: representar e dialogar com a sociedade de forma próxima, criando e tratando da tramitação de leis municipais que visam o melhor para a população e representam as suas necessidades, além de atuar na constante fiscalização dos atos do poder executivo.

Através da valorização do serviço de ouvidoria, espera-se fomentar um ambiente de diálogo e confiança, contribuindo para um fortalecimento do regime democrático no município e para o desenvolvimento sustentável da cidade.



Estratégia de Comunicação Publicitária

Com base na análise do cenário e das necessidades levantadas no briefing, entendemos perfeitamente as dores e desafios enfrentados pela Câmara de Blumenau. Mais do que cumprir suas funções constitucionais de elaborar leis e fiscalizar as ações do Poder Executivo, a Câmara busca firmar-se como legítima representante do cidadão junto aos poderes constituídos. Nesse contexto, a necessidade de valorizar sua atuação por meio da ouvidoria se torna ainda mais evidente, pois é essencial aproximar o cidadão de forma leve e acessível. O objetivo é criar um vínculo de confiança e incentivar a participação ativa da população, mostrando que a ouvidoria é um canal direto e eficiente para que suas vozes sejam ouvidas. Além de desmistificar o papel da Câmara, a campanha visa torná-la mais acolhedora e integrada ao cotidiano das pessoas, reforçando que suas demandas são importantes e serão devidamente atendidas.

Para transmitir essa ideia, criamos o slogan da campanha, uma frase que sintetiza todo esse significado: "Ouvidoria da Câmara de Blumenau - Aqui, sua voz tem vez". O slogan foi criado para comunicar de forma concisa e impactante a essência da campanha, reforçando a ideia de que a ouvidoria da Câmara é um espaço onde o cidadão é ouvido e valorizado. A escolha de "Aqui" estabelece a proximidade do serviço com a população, enquanto "sua voz tem vez" transmite que cada manifestação é importante e que as demandas dos cidadãos têm relevância no processo legislativo. Essa frase sintetiza o papel da Ouvidoria como um canal acessível e eficiente, convidando as pessoas a participarem de forma ativa, sem burocracia ou barreiras. Dessa forma, o slogan complementa a estratégia de criar uma comunicação leve, acolhedora e focada em aproximar o cidadão do poder legislativo.

Com esse conceito central em mente, nossa estratégia de comunicação vai além do slogan e se expande em um plano completo para alcançar de forma eficaz toda a população de Blumenau. Com o intuito de estabelecer uma conexão direta e empática com os blumenauenses, nossa estratégia de comunicação abrange peças para TV, rádio, jornal, internet e mídia exterior, incluindo uma ação que levará a ouvidoria diretamente ao cidadão. A combinação desses meios visa maximizar o alcance da campanha.

Para gerar identificação com o público e facilitar o engajamento, criamos um personagem que vai personificar a ouvidoria da Câmara de Blumenau. Otto simboliza o papel acolhedor e disponível da ouvidoria, estando presente em peças publicitárias e também no atendimento à população através de um chatbot integrado ao WhatsApp, criando uma nova experiência interativa e moderna.

Além de ser um nome curto, marcante e facilmente memorável, a escolha do nome Otto tem uma justificativa histórica relevante: homenageia o Dr. Hermann Bruno Otto Blumenau, fundador da cidade. Seu nome, portanto, carrega uma conexão profunda com a identidade da cidade e remete às suas origens de forma inteligente, sem se apegar a estereótipos. Ao dar ao personagem o nome de Otto, reforçamos a sensação de proximidade e pertencimento, trazendo para a campanha um elemento histórico que cria identificação imediata com os cidadãos blumenauenses. Essa escolha permite que a população se sinta ainda mais representada pela ouvidoria, gerando um laço emocional com a campanha. Otto é, assim, a ponte entre o cidadão e a Câmara, trazendo a história da cidade enquanto oferece soluções modernas e acessíveis.

Além disso, a presença de Otto no WhatsApp garante acessibilidade e praticidade ao cidadão, introduzindo uma nova forma de se comunicar com a ouvidoria através de um aplicativo que está sempre à mão. Essa escolha se alinha perfeitamente com os hábitos da população: segundo o Relatório WhatsApp no Brasil 2024 da Opinion Box, 90% dos usuários abrem o aplicativo pelo menos uma vez ao dia, e 59% o abrem várias vezes ao dia. Esses dados mostram que o WhatsApp é uma ferramenta fundamental para a comunicação cotidiana, e 93% dos usuários utilizam o aplicativo principalmente para trocar mensagens de texto. Além disso, 79% já se comunicaram com marcas e empresas, enquanto 77% o utilizam para tirar dúvidas e pedir informações. Portanto, ao utilizar o

WhatsApp, a ouvidoria da Câmara de Blumenau não apenas se torna mais eficiente, mas também se adapta aos comportamentos já consolidados da população, possibilitando que o cidadão tenha suas demandas ouvidas de maneira rápida e direta. Na campanha, todas as formas de acesso à ouvidoria serão amplamente divulgadas, garantindo que cada cidadão encontre o canal que melhor lhe convir.

As peças da campanha levarão os usuários diretamente para o WhatsApp da Câmara de Blumenau, onde serão atendidas pelo Otto, o assistente virtual. Clicando no link ou lendo o QR code a pessoa já será encaminhada para o WhatsApp, onde haverá uma sugestão de mensagem pré-definida para que seja enviada: "Olá, gostaria de registrar uma manifestação". Esse será o acionamento do nosso assistente, que prontamente responderá ao cidadão, dando continuidade ao seu atendimento em tempo real.

A identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que representam visualmente uma marca ou campanha, como cores, tipografia, fotografia e símbolos. Ela é estratégica porque garante uniformidade em todas as peças, facilitando o reconhecimento e memorização da mensagem pelo público.

Na campanha sugerida para a Câmara de Vereadores de Blumenau, elementos da estratégia norteiam a criação da identidade visual. Usaremos as cores institucionais, azul e amarelo, aplicadas em detalhes como slogan e rodapés, enquanto o destaque será nas pessoas e cenários da cidade, além do personagem Otto em 3D e mockups das formas de comunicação da ouvidoria.

Quatro personas representarão a diversidade da população em palcos da cidade: um homem negro de 35 anos em frente ao Teatro Carlos Gomes, uma mulher de 60 anos com cabelos grisalhos em frente à Câmara, um jovem loiro cadeirante de 20 anos na Ponte Adolfo Konder (Rua República Argentina) tendo ao fundo uma vista da torre da Catedral São Paulo Apóstolo, e uma mulher de 25 anos com celular na Praça Victor Konder. Essas imagens reforçam a ideia de inclusão e representatividade, conectando a campanha aos cidadãos de maneira visualmente atrativa e familiar.

Sendo o serviço da ouvidoria relevante para todo blumenauense, a mensagem da campanha será amplamente difundida pelo território da cidade, contendo uma abrangência de meios pelo período de 30 dias. Com o ano base da campanha simulada definido como 2024, estabelecemos que ela ocorrerá entre os dias 1º e 30 de novembro. Essa escolha foi feita para anteceder o período festivo, quando a população tende a estar mais dispersa devido às comemorações.

Os meios tradicionais, como televisão, rádio e jornal tradicionalmente fazem parte da rotina das pessoas, tendo sua credibilidade mais do que firmada através do tempo.

Sendo assim, um vídeo institucional de 30 segundos, apresentado por Otto, vai circular na TV aberta e por assinatura, bem como na TV legislativa. O VT conta com recursos de acessibilidade, com legenda e libras e recursos interativos, permitindo que o telespectador leia o QR code em tela e seja automaticamente redirecionado ao canal da ouvidoria no WhatsApp. O mesmo material será publicado no Youtube da Câmara de Blumenau e adaptado para as redes sociais, garantindo um amplo alcance e aproveitamento.

Para o rádio, bem como em plataformas de streaming de músicas, será produzido um jingle. Animado, divertido e estratégico, o material combina memorização e conexão emocional, tornando a mensagem mais memorável. O jingle, com uma melodia simples e marcante, ajuda a fixar o slogan e os valores da campanha na mente dos cidadãos, criando uma identidade sonora forte. Além disso, a música desperta sentimentos positivos e pode incorporar elementos regionais, aumentando a identificação do público.

O uso do jornal é importante para alcançar uma parcela significativa da população que ainda consome notícias e informações por meio de mídias impressas. Além de garantir a confiança e a credibilidade que esse meio oferece, a veiculação no jornal reforça o caráter institucional da ouvidoria, demonstrando seriedade e comprometimento com a escuta ativa dos cidadãos. Anúncios vão introduzir a campanha a esse público, com a inclusão de um

QR code para integrar diferentes meios, criando uma unidade de comunicação e levando o leitor diretamente ao encontro da Ouvidoria. Isso proporciona maior tempo de exposição à mensagem, contribuindo para uma absorção mais profunda do conteúdo, complementando outras mídias e ampliando o alcance da campanha.

A campanha ganha o cotidiano do blumenauense também pelas ruas, sendo impactos por outdoors estrategicamente posicionados em pontos de grande movimento e, para levar a ouvidoria ainda mais perto do cidadão, faremos uma ação, que consistirá em uma estrutura de mesa e cadeiras, com a identificação da campanha e seu intuito. Faremos um convite ao cidadão para se sentar e registrar suas manifestações, dúvidas, denúncias, elogios, reclamações ou sugestões, da mesma forma que pode fazer pelos canais oficiais da ouvidoria. Os registros realizados serão posteriormente encaminhados e seguirão procedimentos conforme os processos adotados em cada caso. A ação será realizada em um final de semana no Parque Ramiro Ruediger, uma escolha estratégica por ser um espaço amplo, localizado no bairro da Velha, um dos mais populosos de Blumenau e próximo ao Centro. O parque é um ponto de encontro bastante movimentado, frequentado por blumenauenses de todas as idades e classes sociais, o que assegura que a ação atinja um público diverso e significativo. Além disso, essa iniciativa humaniza a Câmara de Vereadores, ao proporcionar um espaço de diálogo aberto e acessível, onde as pessoas podem se sentir ouvidas e valorizadas.

A internet, hoje, é um meio intrínseco à rotina da população, sendo fundamental para qualquer estratégia de comunicação. Ela oferece alcance massivo, agilidade e interatividade, permitindo que informações circulem rapidamente e atinjam diferentes perfis de público. As redes sociais, por sua vez, desempenham um papel central, pois são plataformas onde as pessoas compartilham, discutem e interagem com conteúdo em tempo real. Utilizar esses canais em uma campanha é essencial para dialogar diretamente com os cidadãos, gerar engajamento e adaptar a mensagem a diferentes formatos e linguagens, garantindo maior impacto e participação ativa do público.

Visando a economicidade e o melhor uso dos recursos, é crucial que a campanha proposta maximize o aproveitamento de cada material produzido, ampliando o alcance com o melhor custo-benefício. Dessa forma, como já mencionado, a peça originalmente produzida para televisão é utilizada também no canal do Youtube da Câmara e seu conteúdo adaptado também para as redes sociais. O jingle da rádio, também é aproveitado em streamings de música. Em um paralelo, para quem consome mídia impressa, anúncios em jornais e aos que visitam portais de notícias, web banners, convidando o usuário a clicar e, assim, ser redirecionado aos canais de comunicação da ouvidoria da Câmara de Blumenau. Essa comunicação estará presente também, com adaptação de formato na página inicial do site da Câmara de Vereadores de Blumenau.

Dessa forma, não apenas utilizamos as peças de maneira inteligente, mas também criamos uma integração eficaz da campanha nos meios online e offline.

Ainda nas redes sociais, a campanha contempla postagem estática, em formato de feed e story, assim como reels, levando a ação realizada nas ruas da cidade para o digital.

Ao compartilhar a ação, não apenas documentamos a presença da Ouvidoria, mas também criamos uma oportunidade de engajamento, permitindo que aqueles que não puderem participar presencialmente sintam-se incluídos e informados sobre a iniciativa.

A estratégia de comunicação proposta para a Câmara Municipal de Blumenau atende às necessidades identificadas no briefing e enfrenta os desafios atuais. Com ações que valorizam a ouvidoria e promovem um diálogo aberto com a população, asseguramos a confiança e a participação ativa dos cidadãos. Por meio de uma combinação eficaz de meios tradicionais e digitais, fortalecemos a imagem da Câmara, consolidamos a Ouvidoria como um canal acessível e eficaz, e estreitamos a conexão com os blumenauenses, alcançando todos os objetivos da campanha.

Ideia Criativa

Neste quesito, apresentamos seis das peças que compõem a campanha, demonstrando como os conceitos estratégicos definidos se aplicam na prática.

São duas pelo tipo de não mídia, sendo o slogan e o assistente virtual Otto e quatro pelo tipo de mídia, sendo um VT de 30 segundos para a TV, um jingle de 30 segundos para a rádio, um anúncio de meia página para o jornal e um reels, para a internet, conforme os meios definidos pelo briefing.

Peças de não mídia:

Slogan: "Ouvidoria da Câmara de Blumenau - Aqui, sua voz tem vez." Essa frase conceito é norte de toda a campanha elaborada para alcançar os objetivos e suprir as necessidades de comunicação da Câmara de Blumenau. Ela transmite, de forma simples e direta, a essência da proposta da ouvidoria: ser um canal acessível e eficaz para que os cidadãos possam expressar suas opiniões e participar ativamente do processo legislativo. O uso do termo "Aqui" cria uma sensação de proximidade e acolhimento, destacando a ouvidoria como um espaço confiável e ao alcance de todos.

A expressão "sua voz tem vez" reforça a ideia de que cada cidadão é ouvido e tem importância nas decisões que impactam a comunidade enquanto a semelhança das palavras "voz" e "vez" cria uma sonoridade marcante.

O slogan sintetiza a proposta central da campanha, fortalecendo o vínculo entre o cidadão e o legislativo ao transmitir de forma clara e envolvente a importância da participação popular. Assim, ele se estabelece como um ponto de referência para toda a comunicação, incentivando o diálogo e a confiança entre a comunidade e a Câmara de Blumenau, destacando seu papel de intermediadora e defensora dos interesses públicos.

Assistente virtual Otto: A personificação da Câmara Municipal de Blumenau aparecerá nas peças da campanha representado em um modelo 3D com um estilo de animação ilustrado. Otto tem uma aparência simpática e convidativa, seu design tem proporções destacadas e características simplificadas, típicas de animações voltadas para um público amplo, com um tom amigável e acessível.

O personagem exibe um sorriso confiante e amigável, com sobrancelhas arqueadas, o que transmite uma sensação de simpatia e otimismo. Os olhos castanhos são grandes e brilhantes, um traço comum em personagens animados que buscam parecer acessíveis e expressivos. Seus cabelos castanhos claros são curtos e bem arrumados. Ele veste uma camisa social azul clara, com mangas dobradas, transmitindo uma imagem acessível, leve e descontraída, calça jeans e tênis, formando um visual casual, mas arrumado, mostrando que está pronto para auxiliar o cidadão.

Na prática, Otto é um assistente virtual, ativado a partir do recebimento de uma mensagem no WhatsApp da ouvidoria. Interagindo com as peças da campanha, o cidadão chega ao Otto já com uma mensagem pré-definida: "Olá, gostaria de registrar uma manifestação" e Otto prontamente responde:

"Bem-vindo à Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau! Eu sou o Otto, e estou aqui para garantir que sua voz tenha vez.

A participação do cidadão no legislativo é fundamental para representar os interesses da nossa comunidade e melhorar os serviços públicos.

Que tipo de manifestação você gostaria de registrar?

1. Dúvida
2. Denúncia
3. Elogios
4. Reclamação
5. Sugestão."

Para cada opção, Otto tem uma resposta e posicionamentos adequados. A partir do desdobramento das respostas do cidadão, Otto agradece e a manifestação fica registrada para seguir os trâmites conforme os processos da ouvidoria.

Peças de mídia:

VT 30" - Produzido primordialmente para a veiculação na televisão, o vídeo de 30 segundos busca atingir um público amplo e diverso, assim como o público da televisão. Por assim ser apresenta uma linguagem simples e direta, mantendo o tom informativo. O vídeo é apresentado pelo grande protagonista da campanha, o Otto, que aqui aparecerá apresentando o seu espaço de trabalho e descrevendo ao público as suas funções, além de ressaltar a importância do trabalho da ouvidoria.

O vídeo se inicia com o personagem Otto em frente a Câmara de Vereadores de Blumenau, ele está sorridente e acena para os telespectadores. Ele diz: "Olá, eu sou o Otto, muito prazer!" Durante a sua fala surge um lettering em formato de GC na parte inferior da tela, identificando o personagem, com o texto: "Otto - atendente virtual da ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau"

Na sequência, o personagem aparece caminhando pela entrada da Câmara. Ele acena para os colaboradores, vira-se para a câmera e diz: "Eu trabalho aqui, na ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau." Mais um corte de imagem, o personagem agora surge caminhando pelos corredores da Câmara, ele olha para o telespectador e diz: "Passo o dia inteiro conversando com pessoas como você! Ouvindo e anotando as suas sugestões, reclamações, dúvidas, denúncias ou elogios."

O personagem surge então sentado em uma mesa de trabalho, de frente para um computador e um telefone. No momento do corte de cena ele está digitando em um teclado, ele para, se vira para o telespectador e diz: "Assim, a Câmara entende melhor as suas necessidades. Estamos sempre prontos para te ouvir, entre em contato por telefone, e-mail, site, carta, WhatsApp ou até pessoalmente." À medida em que o personagem vai mencionando as formas de contato, surge na tela um lettering com número de contato por telefone, endereço de e-mail e endereço para o envio de cartas e realização da manifestação presencial do cidadão. Também há, no canto da tela, um QR code que direciona para a conversa com o Otto no WhatsApp, junto do QR code há a frase "Aponte a câmera do seu celular e converse com o Otto agora mesmo!". Este QR code está no canto da tela durante toda a duração do vídeo.

Na conclusão, surge na tela a assinatura da Câmara Municipal de Blumenau, com uma imagem da sua fachada desfocada ao fundo e a locução em off, com a voz do personagem Otto: "Ouvidoria da Câmara de Blumenau - Aqui, a sua voz tem vez" reforçando o slogan da campanha.

Nesta mesma tela surgem na imagem os endereços para as redes sociais da Câmara. Ao longo de todo o vídeo há legendas, devidamente sincronizadas com as falas do personagem, e tradução simultânea do conteúdo para LIBRAS (Língua Brasileira de Sinais) através de um(a) intérprete que tem a sua imagem localizada no canto inferior direito da tela.

A fotografia do vídeo é bem iluminada, usando bastante da luz solar e buscando evocar uma imagem positiva. A trilha sonora é um instrumental levemente animado, mas equilibrando com a proposta informativa da campanha.

Jingle 30" – usando de musicalidade, o jingle busca transmitir a mensagem da campanha de uma maneira divertida e envolvente, que irá permanecer na mente do público. A letra é dividida em duas estrofes de quatro linhas cada, trazendo a seguinte mensagem:

"O que o povo quer dizer
A ouvidoria vai escutar
Legislativo perto de você
Pra fazer sua voz valer
Pelo site, e-mail, telefone
Ou presencial
Ouvidoria da Câmara de Blumenau
Aqui, sua voz tem vez."

A mensagem é transmitida de forma clara e acessível, destacando a importância da proximidade entre o cidadão e o legislativo, além de apresentar os diversos canais de comunicação disponíveis. A linguagem simples e direta, somada às rimas, ajuda a criar ritmo e fluidez, facilitando a memorização do público.

A simplicidade da letra, combinada com sua estrutura rítmica, sugere que a melodia pode se encaixar bem em um estilo pop. Alegre e cativante, o pop alcança um público amplo e diversificado, adequado à proposta de engajamento e proximidade com a comunidade.

Anúncio meia página (25,5x17cm) - a peça irá alcançar as pessoas que mantêm o hábito de ler jornais impressos da região.

A imagem mostra uma jovem, com cabelos castanhos ondulados, sorridente enquanto segura um smartphone em uma praça ao ar livre (Praça Victor Konder). Ela olha para o telefone com uma expressão leve e descontraída, transmitindo uma sensação de satisfação e envolvimento com o conteúdo.

O slogan da campanha se apresenta na parte superior à esquerda, em uma família tipográfica marcante, mas que prioriza a clareza e facilidade na leitura. As palavras "voz" e "vez" são grafadas de forma que se destacam, enfatizando o conceito.

O texto de apoio entra em uma faixa azul, na parte inferior da peça, convidando as pessoas a entrarem em contato com a ouvidoria: "A Câmara Municipal de Blumenau quer ouvir você! O serviço da ouvidoria está disponível para o cidadão em diversos canais, entre em contato", e divulga os meios em que o cidadão pode fazer isso, em formato de lista:

"Telefone: 0800 100 1514

E-mail: ouvidoria@camarablu.sc.gov.br

Formulário no site

Pessoalmente, na Rua XV de Novembro, nº 55

Pelo WhatsApp no QR code:"

Seguido pelo QR code, conforme indica o texto.

Entre a faixa supramencionada e a fotografia, há representações gráficas de dois dispositivos: um notebook e um smartphone. O notebook mostra a interface do site da Câmara, diretamente na aba "ouvidoria", enquanto o smartphone exibe uma conversa no WhatsApp, onde um cidadão envia a mensagem padrão "Olá, gostaria de registrar uma manifestação" e Otto prontamente responde. Junto ao celular, há uma representação em 3D do personagem Otto, em versão miniatura. Ele aparece de forma dinâmica e expressiva, com cerca de um terço do tamanho real, escorado de forma descontraída no smartphone exibido na peça. Com traços amigáveis e uma postura envolvente, o mini Otto interage visualmente com o leitor, como se estivesse pessoalmente à disposição para ouvir e ajudar. Sua presença lúdica e animada reforça o tom acolhedor da campanha, tornando a experiência mais próxima e humana, mesmo através das interações digitais.

No canto inferior direito, ficam as redes sociais e assinatura com a marca da Câmara Municipal de Blumenau.

Reels: O vídeo divulgado através do mecanismo de reels do Instagram apresentará aos internautas a ação realizada no Parque Ramiro Ruediger. Utilizando uma edição e trilhas dinâmicas, apresentaremos ao público imagens dos munícipes interagindo com o profissional que estava trabalhando na coleta de manifestações da população.

A legenda da publicação descreve em maiores detalhes o que está sendo apresentado no vídeo: "A Câmara Municipal de Blumenau está sempre disposta a ouvir você! Neste último final de semana estivemos no Parque Ramiro Ruediger, um dos lugares favoritos de todos os blumenauenses! Por lá, conversamos com os moradores e ouvimos atentamente as suas sugestões, reclamações, dúvidas, denúncias ou elogios. Você também pode conversar com a Câmara Municipal de Blumenau! Entre em contato pelo telefone 0800 100 1514, pelo e-mail ouvidoria@camarablu.sc.gov.br, pelo nosso site, por meio de carta endereçada para rua XV de Novembro, nº 55, Blumenau, SC, CEP 89010-001, ou presencialmente, na sede da Câmara, de segunda a sexta-feira, das 07h às 19h. Ah! O

nosso atendente virtual, o Otto, também está te atendendo 24h por dia no WhatsApp, é só clicar no link da bio! Ouvidoria da Câmara de Blumenau - Aqui, a sua voz tem vez!". Dessa forma, ampliamos o alcance e impacto da ação realizada com o público, chegando também aos seguidores da Câmara de Vereadores de Blumenau.

✓
★
B

Estratégia de Mídia e Não Mídia

Seguindo com as diretrizes do briefing e alinhada com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa, a Estratégia de Mídia e Não Mídia, a campanha da Câmara tem como objetivo central promover o serviço de ouvidoria, reforçando sua relevância como canal de comunicação direta entre o cidadão e o Poder Legislativo. O foco da campanha tem como público-alvo a população de Blumenau de uma forma geral. O período de veiculação da campanha será de 30 dias entre 01 e 30 de novembro de 2024 dentro da verba proposta de R\$ 220.000,00. Através de uma combinação de mídias tradicionais offline, digitais e peças de não mídia, que foi estruturada baseada em dados atuais de consumo de mídia do Mídia Dados 2023 feita pela Target Group Index Kantar Ibope 2022, que indicam que a internet possui maior penetração entre o público (89%), seguida pela mídia outdoor (88%) e a televisão com 84%. A campanha terá ampla cobertura na televisão e no rádio, atingindo diferentes faixas demográficas, enquanto outdoors proporcionarão visibilidade constante. No digital, teremos presença forte no Instagram, Facebook e YouTube, além de mídia programática em portais de notícias. Conteúdos patrocinados, vídeos informativos, post/story e web banners divulgarão a valorização da atuação da Câmara via ouvidoria. Elementos não mídia, como o slogan da campanha, e um chatbot chamado Otto, integrado ao WhatsApp, assim como uma ação presencial, também fortalecerão a visibilidade.

A televisão, o maior veículo de comunicação em massa e gerador de tendências no Brasil, é essencial para alcançar grande visibilidade com eficiência e baixíssima dispersão. Uma pesquisa realizada pela Kantar Ibope Media em setembro de 2024, apresenta que 81,2% é o share de audiência – consumo individual em domicílios - em TV linear no Brasil, incluindo TV aberta e TV paga. Selecionamos emissoras de TV aberta e TV por assinatura com as maiores audiências na região alvo, para veiculação de vídeo institucional de 30 segundos, totalizando 48 inserções. Emissoras escolhidas: NSC TV Blumenau: líder em audiência em SC, afiliada à Rede Globo, a NSC atinge um vasto público. As veiculações estarão em programas como Bom Dia SC (5x), Mais Você (3x), Jornal do Almoço (4x), Novela I (1x), NSC Notícias (1x), Pequenas Empresas (2x), e Domingão do Huck (1x), totalizando 17 inserções e impactando aproximadamente 1.717.992 espectadores. ND TV Blumenau: afiliada à Rede Record, é a segunda maior audiência de SC e complementa a cobertura com mais de 22 horas diárias de conteúdo local. Inserções em SC No Ar (4x), Balanço Geral (3x), Tribuna do Povo (2x), Ver Mais (1x), e ND Notícias (1x) garantem 11 veiculações, atingindo cerca de 1.370.365 impactos. TV Galega: Emissora local por assinatura com mais de 81 mil assinantes, conhecida pela programação interativa e proximidade com o público, tradicional em Blumenau com 27 anos de atuação. Exibiremos 20 inserções distribuídas ao longo da programação de segunda a sexta-feira, alcançando até 180 mil telespectadores. Sugerimos a veiculação do vídeo de 30" na TV Legislativa, utilizando os recursos exclusivos da Câmara para ampliar o alcance desta mensagem importante para a comunidade. O investimento para TV é de R\$ 71.058,00, representando 42,96% da verba de mídia.

Rádio: O rádio conecta-se ao público de forma rápida e direta, alcançando audiências em casa, nos carros e nas plataformas digitais. Isso permite alta frequência de veiculação com excelente custo-benefício. Segundo o Inside Áudio 2024 da Kantar Ibope Media, o rádio é o veículo de áudio mais ouvido no Brasil, alcançando 79% da população, com ouvintes dedicando, em média, 3h55 diárias a esse conteúdo. Em SC, uma pesquisa realizada pela ACAERT em março de 2024 revela que 8 em cada 10 pessoas ouvem rádio regularmente. Esses dados comprovam o rádio como um meio essencial e integrado à rotina dos brasileiros. Para atingir o público-alvo de forma eficaz, escolhemos as principais emissoras de Blumenau, conhecidas pela alta audiência e identificação com a comunidade. É importante salientar que o sinal das rádios ultrapassa os limites das cidades, atingindo as cidades vizinhas e aumentando a cobertura do meio. As emissoras escolhidas incluem

Rádio Menina FM, Rádio Massa FM, Rádio Atlântida FM, Rádio 90 FM, Rádio CBN, Rádio Antena 1, Rádio Clube, Rádio Mix, Rádio Jovem Pan, Rádio União FM e Web Rádio Zero80. O jingle de 30 segundos marcante e memorável, será veiculado continuamente ao longo de 30 dias, com uma média de 6 a 7 inserções diárias entre 06h e 00h, totalizando 204 inserções e uma expectativa de alcançar 150.000 ouvintes diariamente. O valor contemplado para este meio é de R\$ 35.452,99, representando 21,43% da verba de mídia.

Jornal: O jornal impresso, apesar da ascensão dos meios digitais, continua a ter um papel importante na sociedade e no mercado de comunicação. Suas características únicas e a experiência de leitura que proporciona o tornam um veículo de comunicação relevante e com uma audiência fiel. São tradicionalmente associados a um jornalismo mais aprofundado e confiável. Selecionamos jornais com circulação e de grande relevância na cidade de Blumenau, sendo eles: Santa, quality paper especialista no Vale do Itajaí e Blumenau, com tiragem de mil exemplares, tem periodicidade semanal, será veiculado 01 anúncio de página inteira. Mesorregional, com tiragem de 4 mil exemplares distribuídos gratuitamente, tem edição quinzenal e está desde 2015 informando a população, nele será veiculado anúncio de ½ página. Jornal de Blumenau, desde 2005, tem tiragem de 1.500 exemplares com distribuição mensal gratuita, com foco na política local e estadual, terá com anúncio de ½ página. Jornal a Voz da Razão, tradicional tablóide mensal da cidade há 35 anos, tem tiragem de mil exemplares, nele faremos um anúncio de ½ página. Ao final da campanha serão veiculados 4 anúncios dentro do noticiário dos jornais no período de veiculação. O valor total para o meio é de R\$ 12.355,88, sendo 7,47% da verba de mídia.

Outdoor: mídia de alto impacto, de acordo com o Midia Dados 2023, esse formato de mídia possui uma penetração de 88% na população, o que demonstra sua relevância no cenário publicitário atual. É um meio que participa diretamente na paisagem urbana e consequentemente no cotidiano das pessoas e com as proporções ampliadas que possui, o outdoor está sempre diretamente relacionado com o conceito de impacto na comunicação. É o meio que domina as ruas, os locais de grande fluxo de pessoas e atinge grande parte da população de todas as classes sociais e faixas etárias. Para maximizar o impacto da campanha, a estratégia adotada foi veiculação de outdoor formato 9x3 m nas regiões do centro e bairros da cidade de Blumenau, como Fortaleza, Velha, Garcia, Itoupava Central, Itoupava Norte, Itoupavazinha, Ponta Aguda, Salto abrangendo toda a cidade. Serão dispostos 10 pontos de outdoors na bi semana 46/2024 entre os dias 04 e 17 de novembro. Foi selecionada a Barbieri Painéis, exibidora tradicional e referência no mercado de publicidade exterior da cidade. O investimento total para este meio é de R\$ 11.400,00, representando 6,89% da verba de mídia.

No ambiente digital, um meio com mais de 187,9 milhões de usuários no Brasil e 86,6% de penetração no Brasil, conforme recente relatório publicado pela We Are Social e Meltwater (2024). Buscadores e portais de notícias são acessados por 94,5% desses usuários, por isso é uma ferramenta de grande relevância para informações locais. Considerando esses dados, para potencializar a estratégia e ampliar a disseminação da informação de maneira segmentada, realizaremos uma parceria com a empresa Publya para implementar mídia programática display. Utilizando inteligência de dados e compra automatizada, exibiremos web banners nos formatos 300x250px, 300x600px e 728x90px em portais de notícias de ampla audiência entre os usuários de Blumenau. A estratégia focará em portais de notícias de grande alcance nacional e local, como G1, NSC Total, Terra, UOL, O Globo, CNNBrasil, Exame, SCC10, Portal ND+, Noticenter, entre outros, priorizando conteúdos e horários que maximizarão o impacto e a lembrança da campanha junto ao público-alvo. Com um investimento de R\$ 3.330,00, garantirá cerca de 500.000 impressões ao longo dos 30 dias da campanha. Para fortalecer a relação com veículos locais, faremos contratação direta de mídia em portais locais: Portal O Município (2,6 milhões de visualizações/mês), com banners horizontais premium (970x90px e 320x50px) por 15 dias; Blog do Jaime (desde

2009), com banners 970x90px e 320x50px por 30 dias; Portal Alexandre José (1 milhão de acessos/mês), com banner na home (728x90px); e Portal Mesorregional (800 mil visitas/mês), com banner lateral (250x300px). Aproveitando esta peça, sugerimos veiculação dela no site da Câmara de Vereadores de Blumenau, no formato 1920x517px, como recurso próprio.

Nas redes sociais, o objetivo da campanha é alcançar e engajar o maior número possível de pessoas residentes em Blumenau e para atingir esse objetivo, propomos a veiculação de conteúdos patrocinados nas principais plataformas de mídia digital: Facebook, Instagram e YouTube, por um período de 30 dias consecutivos. Para embasar a escolha dessas plataformas, utilizamos dados de pesquisas recentes, como as realizadas pela Comscore Brasil (Tendências Digitais 2023), Opinion Box (Relatório Canais de Mídia) e Kantar (Kantar Ibope Media e Mídia Dados). De acordo com a Comscore, o Brasil é o 3º maior consumidor de redes sociais no mundo. As plataformas mais utilizadas e onde os usuários passam mais tempo são YouTube (96,4%), Facebook (85,1%) e Instagram (81,4%). Para o Instagram e Facebook teremos uma campanha de alcance com o objetivo expandir a visibilidade, e será direcionada aos residentes de Blumenau acima de 18 anos. Os anúncios dessa campanha, em formato estático – post e story e dois vídeos de 30” – um deles será o mesmo veiculado na TV e outro em formato de reels produzido através da ação presencial que falaremos mais à frente, serão adaptados para cada tamanho e formato, garantindo a veiculação otimizada em todos os posicionamentos disponíveis nas plataformas. O investimento estimado para essa ação é de R\$ 7.200,00 e o retorno previsto é de 1.800.000 impressões. Para o Youtube utilizaremos uma campanha de alcance com anúncio de trueview in stream pulável com 1 vídeo de duração de 30s, mesmo vídeo veiculado na tv, nos posicionamentos de feed e shorts. Como resultado impactaremos todas as pessoas acima de 18 anos de Blumenau. O investimento para essa campanha é de R\$ 9.172,80 e o retorno previsto é de 780 mil impressões. Além das peças acima impulsionadas (mídia paga via parceiro Publya), os mesmos conteúdos poderão ser postados de forma orgânica em suas redes sociais. Aproveitando outra peça já defendida nesta estratégia, mas agora em mídias que possuem alcance expressivo e que estão cada vez mais no “gosto” da população, o jingle de 30 segundos também estará presente em meios online: streaming de músicas (Spotify-Deezer), apps de rádios e podcasts. Nestas modalidades serão entregues 35.000 impressões, tendo como geolocalização a cidade de Blumenau. O valor para o meio digital é de R\$ 35.142,05, sendo 21,25% da verba de mídia. Peças de não mídia ampliarão a cobertura da campanha, como o Slogan, descrito na ideia criativa “Ouvidoria da Câmara de Blumenau - aqui, sua voz tem vez”. Como parte da estratégia de não mídia, o assistente virtual Otto será implementado ao novo WhatsApp para facilitar o atendimento inicial ao cidadão, oferecendo um canal rápido e prático para consultas, dúvidas e registros de manifestações. O chatbot estará disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, ampliando e modernizando o contato e acesso da população ao serviço de ouvidoria da Câmara. Isso trará um suporte em tempo integral e a resposta imediata, reforçando a acessibilidade. Adicionalmente, será realizada uma ação presencial no Parque Ramiro Ruediger, um ponto de encontro popular e movimentado de Blumenau, e o cenário consistirá em uma estrutura de mesa simples e cadeiras, com a identificação da campanha com uma placa de PVC adesivada no tamanho 1,5 x 2 m. Essa ação será realizada em um final de semana de novembro e terá como objetivo promover um diálogo aberto entre a Câmara e a população, humanizando a instituição e reforçando a imagem de transparência e acessibilidade. A partir dele será produzido o vídeo (reels) que será impulsionado nas redes sociais.

Todos os custos de produção estão inclusos na campanha no valor total de R\$ 26.381,00. A campanha, com orçamento total de R\$ 219.773,52, foi cuidadosamente planejada para maximizar o retorno e atingir diferentes segmentos da população de Blumenau, combinando mídia tradicional, digital e elementos de não mídia.

Proposta Técnica
 Anexo único
 Plano de Comunicação Publicitárias

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários*	TOTAL (R\$)
Televisão	48	71.058,00	3.094,42	8.700,00	1.305,00	84.157,42
Rádio	204	35.452,99	2.157,42	3.100,00	465,00	41.175,41
Jornal	4	12.355,88	2.279,76			14.635,64
Internet	3.115.000	35.142,05	10.074,99	4.200,00	630,00	50.047,04
Mídia	10	11.400,00	1.788,72	1.500,00	225,00	14.913,72
Não Mídia	3		8.588,29	2.400,00	360,00	11.348,29
Outros				3.040,00	456,00	3.496,00
Total dos custos de produção						54.364,60
Total dos custos de veiculação (incluído o desconto de agência)*						165.408,92
TOTAL GERAL						219.773,52