

Raciocínio Básico

O município de Blumenau, localizado no Vale do Itajaí, é conhecido por sua rica herança cultural, que tem raízes na colonização de imigrantes alemães que chegaram à região no século XIX. A partir de 1850, esses imigrantes se estabeleceram e trouxeram consigo tradições que se entrelaçaram com as culturas locais, criando uma identidade cultural única, visível em festividades como a Oktoberfest, uma das maiores festas de cerveja do mundo. Blumenau se destaca por sua economia diversificada, com um forte polo industrial que abriga indústrias têxteis, metalúrgicas e de móveis, além de um setor comercial vibrante. A localização estratégica da cidade, próxima a importantes rodovias e ao Porto de Itajaí, favorece a logística e o escoamento da produção, atraindo investimentos e empresas de diversos setores. Com um cenário urbano em constante desenvolvimento, Blumenau também valoriza suas áreas verdes e a preservação ambiental. Segundo dados do IBGE, a população do município é estimada em cerca de 360 mil habitantes, refletindo um crescimento contínuo e a atração de novos residentes, em busca de qualidade de vida e oportunidades econômicas. Blumenau é, portanto, uma cidade que combina tradição e modernidade, oferecendo um ambiente propício ao desenvolvimento social e econômico.

Em 2022, Blumenau destacou-se como um dos principais municípios de Santa Catarina, ocupando a 12ª posição no ranking de Produto Interno Bruto (PIB), à frente de cidades como Jaraguá do Sul e São José, segundo dados do IBGE. Com uma economia robusta, a cidade é reconhecida por sua forte tradição industrial e pela crescente diversificação de seus setores, atraindo cada vez mais investidores e empreendimentos. A geração de empregos é um ponto forte em Blumenau, que registrou a criação de mais de 2.000 novas vagas entre janeiro e agosto de 2022, conforme informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). Além disso, a localização estratégica da cidade, próxima a grandes centros econômicos, torna Blumenau uma escolha atrativa tanto para residir quanto para investir. Os investimentos em infraestrutura, saúde e educação têm proporcionado uma qualidade de vida elevada aos blumenauenses, garantindo acesso a serviços essenciais, segurança e saneamento básico. A cidade, em constante evolução, busca adaptar seu desenvolvimento às necessidades contemporâneas, incorporando inovações que visam um futuro sustentável e próspero, mantendo sempre suas raízes culturais e históricas.

A Câmara Municipal de Blumenau é a sede do poder legislativo do município e desempenha um papel fundamental na governança local. Neste ano tivemos as eleições onde foram escolhidos pelo povo 15 vereadores, representando uma diversidade de partidos. Os partidos que obtiveram assentos incluem o Cidadania, o Partido Progressista (PP), o Partido Liberal (PL), o União Brasil, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), o Partido dos Trabalhadores (PT), o Partido Socialista Brasileiro (PSD), os Republicanos, o Podemos e o Novo, refletindo a pluralidade de ideias e interesses da população blumenauense. Com esse novo quadro, a Câmara está pronta para enfrentar os desafios da cidade e atender às demandas dos cidadãos. A presença de múltiplas vozes enriquece o debate legislativo e favorece a construção de políticas públicas mais inclusivas.

A Câmara tem a responsabilidade de representar os interesses da população e legislar sobre questões que afetam diretamente a vida dos cidadãos. Entre suas funções, destaca-se a elaboração de leis, a fiscalização do Executivo e a promoção de audiências públicas, permitindo que a comunidade participe ativamente do processo legislativo. A estrutura da Câmara é organizada em diversas comissões que tratam de temas específicos, como saúde, educação e infraestrutura, possibilitando uma análise aprofundada das demandas da cidade. Através da Comissão de Finanças, por exemplo, são avaliados os projetos que impactam o orçamento municipal, garantindo uma gestão responsável dos recursos públicos. A Câmara também realiza sessões ordinárias e

extraordinárias, onde são discutidos e votados projetos de lei que visam melhorar a qualidade de vida em Blumenau.

Além de sua função legislativa, a Câmara Municipal também atua na prestação de contas à população, informando sobre suas atividades e decisões por meio de uma comunicação transparente. Por meio de seu portal oficial e redes sociais, a Câmara divulga informações sobre os trabalhos realizados e convida os cidadãos a participarem das discussões. Essa interação é essencial para fortalecer a democracia local e garantir que a voz da população seja ouvida. Dessa forma, a Câmara Municipal de Blumenau não apenas legisla, mas também é um canal de diálogo entre a população e o governo, promovendo uma gestão mais participativa e responsável. Seu papel é crucial para o desenvolvimento da cidade, assegurando que as necessidades e direitos dos blumenauenses sejam sempre priorizados nas decisões tomadas.

Tendo em vista o cenário atual do município e o papel da Câmara Municipal de Blumenau, é o momento de adentrar no objetivo do presente plano de comunicação. Este consiste em: estimular a participação da sociedade na utilização do serviço de Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau, mobilizando-a para atuar em favor de causas de interesse comum. Tal objetivo é essencial para fortalecer a democracia e promover um ambiente de diálogo entre os cidadãos e seus representantes. A Ouvidoria atua como um canal direto para que a população possa expressar suas demandas, sugestões e reclamações, garantindo que suas vozes sejam ouvidas nas decisões que impactam suas vidas. Mobilizar a sociedade para se engajar nesse serviço significa criar uma cultura de participação ativa, onde os cidadãos se sintam encorajados a colaborar em causas de interesse comum. Isso pode ser alcançado através de campanhas de conscientização, oficinas e eventos que informem sobre a importância da Ouvidoria e como ela pode ser utilizada para defender direitos e propor melhorias na comunidade. Além disso, ao incentivar essa participação, a Câmara Municipal não apenas melhora a transparência e a confiança nas instituições, mas também enriquece o processo legislativo com informações valiosas originárias da experiência e das necessidades da população. Assim, a Ouvidoria se torna um instrumento vital para a construção de políticas públicas mais justas e eficazes, refletindo verdadeiramente as necessidades da sociedade.

Para auxiliar na execução deste plano é importante definir o público-alvo desta comunicação, que são os moradores da cidade de Blumenau, abrangendo tanto homens quanto mulheres, jovens e adultos. Segundo o último censo realizado em 2022 pelo IBGE, Blumenau possui habitantes com uma faixa etária de maior representatividade entre 25 e 39 anos, refletindo uma população ativa e engajada. Em 2021, o salário médio mensal era de 3,2 salários mínimos, indicando um perfil econômico que valoriza a capacitação profissional. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 54%, evidenciando um mercado de trabalho dinâmico e competitivo. Diante desse público diversificado, a comunicação deve valorizar a atuação da Câmara Municipal de Blumenau, destacando o serviço de Ouvidoria como um canal essencial para que os cidadãos expressem suas opiniões e participem ativamente das decisões que afetam suas vidas. É fundamental mostrar como esse serviço não apenas facilita a comunicação entre a população e a Câmara, mas também contribui para a transparência e a eficiência na gestão pública. Ao engajar os blumenauenses, a Câmara pode fortalecer sua imagem e promover uma identidade local que valorize a colaboração entre cidadãos e representantes, potencializando o desenvolvimento econômico e social da cidade para todos os seus habitantes.

A partir da perspectiva da comunicação publicitária, seu maior princípio é a clareza de ideias, onde o público definido precisa entender a mensagem que se deseja passar. Por isso, a linguagem muitas vezes precisa ser adaptada, pois assuntos políticos nem sempre são de fácil compreensão ou apresentados de forma interessante, o que representa um grande desafio. Esse ajuste na comunicação é fundamental para garantir o sucesso da



mensagem, permitindo que o receptor compreenda e realize a ação desejada. Utilizar expressões e comparações do cotidiano, assim como imagens que gerem identificação, são recursos que auxiliam na compreensão do conteúdo, tornando-o mais acessível e envolvente. Dessa forma, com base nos pontos descritos acima, percebe-se que o presente plano de comunicação tem um papel fundamental em realizar divulgações institucionais a respeito da Câmara Municipal de Blumenau, informando sobre seus objetivos e atribuições. Além de manter a população informada sobre os assuntos e projetos em tramitação, o principal intuito aqui é aproximar e consolidar a relação dos blumenauenses com o Poder Legislativo. Para isso, é essencial utilizar diversos argumentos que reforcem a importância da presença da população, pois sem esse estreitamento da relação entre o poder público e o cidadão, não há como realizar um trabalho efetivo. A Câmara precisa ouvir o povo, mas para isso, é vital que a população conheça e se identifique com a Câmara.

Adicionalmente, é importante fornecer explicações claras sobre as funções e atribuições dos vereadores, além de informativos que explicam como acompanhar o trabalho da Câmara. Esse momento é crucial para que o cidadão possa manifestar assuntos que sejam de interesse da comunidade. No próximo item, a "Estratégia de Comunicação", será explicado de forma detalhada como serão realizados os trabalhos de maneira prática, com foco nos objetivos de comunicação e considerando as possibilidades estabelecidas pela Câmara Municipal de Blumenau. Com isso, busca-se não apenas informar, mas também engajar a população, fortalecendo a democracia local e promovendo uma maior interação entre os blumenauenses e seus representantes.

✓
X
R

Estratégia de Comunicação Publicitária

A comunicação é uma ferramenta fundamental na transmissão de informações e ideias, desempenhando um papel essencial na interação humana, independentemente do canal utilizado, seja ele verbal, não-verbal, escrito ou visual. O próprio termo "comunicação" carrega consigo a noção central de compartilhar e participar, destacando a capacidade intrínseca desse processo de conectar e unir pessoas, facilitando o acesso e compartilhamento de informações. Segundo Marshall McLuhan, "o meio é a mensagem", enfatizando que a forma de comunicação pode influenciar profundamente o entendimento da mensagem transmitida. No ato de comunicar, o emissor assume a responsabilidade de transmitir uma mensagem ou tema, enquanto o receptor interpreta o conteúdo dessa mensagem. Essa troca não se limita apenas à transmissão de palavras; inclui também gestos, expressões verbais, imagens, sons e outros elementos que possibilitam diversas interpretações. No contexto das percepções, é fundamental refletir sobre seu papel na comunicação, visto que cada indivíduo possui uma perspectiva única e interpreta as mensagens de acordo com sua bagagem intelectual, cultural, experiências, opiniões e valores. Essa subjetividade é reforçada por autores como Edward Hall, que destaca a importância do contexto cultural nas interações. Assim, o entendimento e as respostas podem variar dependendo da forma como a mensagem é apresentada ao público. Essas interpretações são indispensáveis para promover uma comunicação eficaz e significativa, pois permitem que as mensagens sejam ajustadas às necessidades e características do público-alvo, facilitando o diálogo e a construção de relacionamentos mais profundos.

Considerando a análise do briefing e os elementos apresentados no item Raciocínio Básico descrito anteriormente, tendo como ponto de partida o principal objetivo deste plano de comunicação que é, em resumo, valorizar a atuação da Câmara Municipal de Blumenau, por meio do serviço de Ouvidoria. Entende-se que para atingir a eficácia em todos os aspectos do esforço de divulgação da Câmara Municipal de Blumenau, é importante entender qual é a abordagem mais apropriada. Para esta campanha publicitária, foi utilizado o conceito de brand persona, que nada mais é do que a personificação da marca alinhada ao público que se deseja dialogar. Em geral, essa figura pode possuir várias particularidades, pois ela apresenta as principais características que a instituição quer transparecer para a população, levando em consideração a imagem que se deseja passar. No contexto da Câmara, essa persona deve refletir a transparência, a acessibilidade e a proximidade com os cidadãos blumenauenses, aspectos fundamentais para fortalecer a confiança no Poder Legislativo. Em síntese, a criação de uma persona passa pela definição do tom da fala e a materialização visual de um personagem que represente a marca. O principal objetivo dessa estratégia, quando aplicada, é aproximar o relacionamento com o público, tornando a comunicação mais relevante e engajadora. Além disso, ao definir claramente essa persona, a Câmara pode segmentar melhor suas mensagens, adaptando-as a diferentes grupos dentro da comunidade, como jovens, trabalhadores e aposentados, garantindo que todos se sintam incluídos no diálogo. A construção dessa identidade não apenas melhora a percepção da Câmara, mas também incentiva a participação cidadã nas decisões e projetos que impactam a cidade, promovendo um ambiente mais colaborativo.

As redes sociais desempenham um papel crucial nesse processo, pois oferecem um espaço dinâmico onde a brand persona pode interagir diretamente com os cidadãos. Através de postagens criativas, enquetes e vídeos informativos, a Câmara pode humanizar sua imagem, permitindo que a persona "Câmara" se torne uma presença familiar e acessível. Além disso, o uso de plataformas como Instagram e Facebook possibilita a criação de uma comunidade engajada, onde os blumenauenses podem compartilhar suas opiniões e interagir em tempo real. Isso não só fortalece a visibilidade da Câmara, mas também promove um diálogo contínuo, fundamental para construir um vínculo de confiança e participação ativa entre os cidadãos e seus representantes. A

capacidade de responder rapidamente a perguntas e comentários nas redes sociais também demonstra a disposição da Câmara em ouvir a população, criando um ambiente de maior transparência. Ao incentivar a participação em discussões sobre temas relevantes, a Câmara não apenas informa, mas também empodera os cidadãos, transformando-os em protagonistas das mudanças que desejam ver em sua cidade.

A persona desenvolvida terá um nome fácil e familiar para identificação pelo público, sendo uma personagem feminina, denominada "Câmara". Ela será uma figura simpática e solícita, sempre pronta para ouvir a população e disposta a ajudar da melhor forma possível. Além de escutar e auxiliar na promoção de melhorias de acordo com as necessidades descritas pelos blumenauenses, a Câmara também irá manter o povo informado sobre as atividades do Poder Legislativo de Blumenau, incluindo sessões, projetos e iniciativas relevantes. Essa comunicação transparente é fundamental para construir um relacionamento de confiança entre a Câmara e a comunidade. Dessa forma, este plano de comunicação não se limita apenas à divulgação de peças publicitárias, mas também envolve a população, incentivando uma maior participação no dia a dia da instituição. A personagem Câmara será um símbolo de proximidade e acessibilidade, representando o compromisso da Câmara em estar ao lado dos cidadãos. Apresentando uma mensagem clara, direta e concisa, garantimos uma comunicação sem ruídos e uma experiência agradável aos receptores da mensagem. Além disso, a persona poderá promover interações por meio de redes sociais e eventos comunitários, criando um espaço onde os cidadãos se sintam à vontade para expressar suas opiniões e sugestões. Isso não apenas fortalecerá a democracia local, mas também permitirá que os blumenauenses se sintam parte ativa das decisões que afetam suas vidas, contribuindo para um desenvolvimento mais inclusivo e participativo na cidade.

Para isso, serão trabalhadas ações pontuais em mídias e não mídias estratégicas, como, por exemplo, filme de 15", anúncio de 3col X 10cm, em jornais impressos, spots de 30" para rádio, web banner para o digital, outdoor de 9m x 3m, com o objetivo de sustentação da campanha, divulgando as notícias da Câmara de Vereadores. Além dessas peças de mídia, torna-se imprescindível a utilização dos canais de não mídia, que irão contar com criativos em diversos formatos para as redes sociais, banner para o site próprio, outros pontos de contato físico com cartazes, apresentando a persona e convidando o público a ser mais participativo. As redes sociais, em particular, desempenham um papel vital na comunicação contemporânea, permitindo uma interação mais direta e imediata com a população. Com postagens interativas, vídeos curtos e enquetes, a Câmara poderá engajar os cidadãos de maneira mais eficaz, proporcionando um espaço para que eles expressem suas opiniões e feedbacks. Além disso, a criação de campanhas de hashtags pode ajudar a viralizar temas importantes e gerar discussões relevantes entre os blumenauenses. A combinação de estratégias online e offline visa alcançar um público mais amplo, garantindo que as informações sobre a Câmara e suas atividades cheguem a diferentes segmentos da sociedade. Essa abordagem integrada não só reforça a visibilidade da Câmara, mas também fortalece o sentimento de comunidade, incentivando a participação cidadã e o interesse nas ações do Poder Legislativo.

Assim, prevendo-se todas as etapas e aliando o poder de uma comunicação sólida e objetiva aos meios onde será veiculada, com foco na clareza de ideias por meio de uma linguagem acessível, a campanha desenvolvida estará apta para o cumprimento de todas as etapas estabelecidas e também para atingir os objetivos propostos. A atenção aos detalhes em cada fase do processo é fundamental para garantir que a mensagem chegue de forma eficaz ao público-alvo. Isso inclui não apenas a escolha adequada dos canais de comunicação, mas também a adaptação das mensagens para ressoarem com as diferentes faixas etárias e contextos sociais da população de Blumenau.

Além disso, ao fomentar um diálogo aberto e bidirecional, a campanha não só informará, mas também incentivará a participação ativa da comunidade nas questões legislativas,



contribuindo para um ambiente democrático mais robusto e participativo. Assim, a proposta não é apenas transmitir informações, mas também construir um relacionamento duradouro entre a Câmara e os blumenauenses.

✓
A
B

Ideia Criativa

Após a definição do Raciocínio Básico, que descreve o papel e as responsabilidades da Câmara de Vereadores de Blumenau, além da descrição de algumas atividades do dia a dia e nomenclaturas das funções dos parlamentares, fica evidente a importância de aumentar a participação da população. Os desafios enfrentados pela falta de conhecimento sobre o trabalho realizado pelo Poder Legislativo são significativos e demandam uma estratégia eficaz de comunicação. A construção de uma Estratégia de Comunicação Publicitária, portanto, é fundamental para direcionar o caminho da campanha ao longo de todo o seu desenvolvimento e veiculação. Agora, chegou-se ao ponto de, por meio da combinação de recursos textuais e visuais, apresentar uma síntese de tudo o que foi descrito até o momento de forma atrativa, criativa e adaptada ao público-alvo. O objetivo é garantir que os blumenauenses recebam uma mensagem que desperte seu interesse, incentivando-os a participar ativamente das ações da Câmara.

Assim sendo, para a campanha de comunicação com o objetivo de aproximar o público e aumentar a participação da população nas ações da Câmara Municipal de Vereadores, foram utilizados estudos e conceitos técnicos da publicidade e propaganda. O foco principal foi o recurso de brand persona, onde a personagem Câmara se apresenta dizendo: "Oi, eu sou a Câmara. Você fala e eu te escuto". De forma próxima e amigável, o Poder Legislativo, representado pela personagem, se coloca à disposição da população, deixando claro o desejo de ouvir o que os blumenauenses desejam expressar. Essa abordagem inclui a apresentação de diversos canais para que todos se sintam à vontade para compartilhar suas opiniões e sugestões.

Após a definição do conceito expresso de forma textual, a próxima etapa foi o desenvolvimento do projeto gráfico. A personagem Câmara foi concebida de forma tridimensional: uma mulher de aproximadamente 40 anos, com cabelos curtos até os ombros, que usa óculos e veste uma roupa um pouco mais formal, transmitindo credibilidade e segurança profissional. Sua imagem reflete uma persona simpática, acessível e autêntica. As cores de sua vestimenta—branco, cinza e azul—associam-se a valores como verdade, transparência, profissionalismo e credibilidade, reforçando a mensagem de uma Câmara aberta ao diálogo.

As cores usadas no layout foram escolhidas com cuidado: roxo, laranja e branco. A cor roxa predominante nas peças simboliza transformação, sabedoria e conhecimento, enquanto o laranja, que contrasta com o violeta, representa sociabilidade e energia. Essa combinação estimula a imaginação e a criatividade, tornando a comunicação não apenas informativa, mas também agradável. O branco, por sua vez, traz clareza e exatidão, resultando em uma interpretação limpa e tranquila do visual, facilitando a assimilação das informações. Em conformidade com a nova lei nº 8562, essa campanha publicitária da Câmara de Vereadores de Blumenau também irá incluir a representação de pessoas negras, promovendo a diversidade e a inclusão em todas as suas peças, refletindo a riqueza cultural da comunidade.

A fonte utilizada para o título das peças visuais é descontraída e divertida, apresentando um lado mais amigável da Câmara Municipal de Blumenau. Nos textos complementares, priorizou-se a legibilidade e a clareza da informação, utilizando uma fonte sem serifa que permite um entendimento rápido e fácil por parte da população. Após a chamada da campanha, o complemento reforça que o Poder Legislativo está atento às reivindicações da população, visando tornar a cidade cada vez melhor. A personagem "Câmara" é apresentada como a porta-voz da instituição, encarregada de ouvir os blumenauenses de forma mais próxima e eficaz.

Todas as peças publicitárias incluem o logotipo da Câmara Municipal de Vereadores de Blumenau. Nos materiais impressos com maior tempo de visualização, um QR Code permitirá acesso ao canal de comunicação com a Câmara, explicando ao público como fazer uso dessa tecnologia.

Além disso, o número de telefone com a frase "Alô Câmara" serve como um segundo canal de contato. Nas peças de rápida visualização, como outdoors, o foco será a apresentação da personagem Câmara e a informação sobre o canal direto entre o público e o Poder Legislativo.

Assim, com uma comunicação clara e objetiva, a campanha não só aproximará o público, mas também aumentará sua participação. Isso criará uma conexão mais forte, despertando o interesse dos blumenauenses em relação ao trabalho da Câmara Municipal, incentivando-os a acompanhar as atividades, expressar suas opiniões e receber informações continuamente. Essa interação não só enriquece o processo legislativo, mas também contribui para a construção de uma comunidade mais engajada e informada, onde os cidadãos se sintam verdadeiramente parte do processo democrático.

Abaixo serão descritas seis peças publicitárias definidas para a materialização deste plano de comunicação, com o objetivo de engajar e informar a população sobre a atuação da Câmara Municipal de Blumenau. As primeiras quatro peças foram classificadas como mídia, enquanto as próximas duas foram designadas como não mídia, abrangendo diferentes formatos e canais de comunicação para maximizar o alcance da mensagem. Essa abordagem diversificada visa garantir que a comunicação chegue a diversos públicos, promovendo maior interação e participação da comunidade.

As peças de mídia são:

1. VT, duração 15 segundos:

Para esta peça foi pensado em um texto falado pela própria personagem, para isso, foi definida uma locução feminina com voz não tão jovem e um tom simpático e descontraído como um diálogo. Abaixo o roteiro para maior compreensão:

Vídeo:

O vídeo abre com a personagem Câmara no centro da cena em plano médio. Ela fala com o público. Personagem falando com voz feminina:

Áudio:

- Olá, eu sou a Câmara e tenho uma novidade pra vocês!

Vídeo:

Fundo azul com o selo do Alô, Câmara! no centro da tela. O selo começa pequeno e aumenta rapidamente como um zoom.

Áudio:

Nosso novo canal: o Alô, Câmara!

Vídeo:

A personagem aparece em uma estação de atendimento representando uma telefonista de SAC falando com o público.

Áudio:

- Eu estou esperando pelo seu contato, e pode falar, que através do canal Alô Câmara, que eu vou te escutar.

Vídeo:

Foto da fachada da Câmara de Vereadores, cena fica desfocada e entra o logotipo da Câmara de Vereadores.

Áudio:

- Câmara de Vereadores de Blumenau, essa casa é sua.

No roteiro de 15 segundos para o VT de TV, a estratégia publicitária foca em humanizar a instituição, personificando a Câmara de Vereadores como uma personagem acessível e amigável. A escolha de uma voz feminina para o papel cria um tom acolhedor e próximo, facilitando a identificação do público. O uso do plano médio com a personagem no centro transmite proximidade e credibilidade. A transição rápida do selo do "Alô, Câmara!" cria dinamismo e capta a atenção visual. A cena da atendente no SAC reforça a ideia de disponibilidade e abertura para o diálogo, enfatizando que o canal está preparado para ouvir o público.

A inserção final do logotipo, acompanhada da frase "essa casa é sua", reforça o pertencimento e a conexão da comunidade com a Câmara de Vereadores.

2. Anúncio de jornal, rodapé alto: 3col x 10cm

O anúncio do jornal traz o título em destaque com o slogan da campanha: Oi, eu sou a Câmara! Você fala e eu te escuto! Junto do título está a personagem Câmara em 3D com um simpático sorriso. Acima da imagem da personagem está o selo "Alô Câmara" que contempla além do nome, o telefone para a ouvidoria.

Abaixo do título está o texto que descreve um pouco mais o objetivo da comunicação. O texto na íntegra está assim: "Na Câmara Municipal de Blumenau, a população tem vez e voz. Ela é a casa do povo onde são ouvidas suas reivindicações e opiniões que fazem da nossa cidade um lugar cada vez melhor de se viver. Agora contamos com a Câmara, que dentro do nosso canal "Alô, Câmara", vai ser a nossa porta-voz junto à comunidade para ouvir ainda mais de perto todos os desejos da nossa gente. Participe que a Câmara vai te escutar.

Para deixar o anúncio ainda mais prático e objetivo, abaixo do texto foi incluído um qr-code que direciona para o canal de comunicação com o seguinte texto: Aponte o celular para o qr-code e entre em contato com a Câmara. Abaixo está o logotipo da Câmara Municipal de Blumenau.

O fundo do anúncio é predominantemente roxo com uma textura leve que realça o título que está em um tom de laranja claro causando contraste e destaque para o texto. A personagem usa óculos, uma camisa branca e um blazer azul claro, pode-se ver a Câmara da cintura para cima.

Diante desta descrição, pode-se dizer que o anúncio da Câmara Municipal de Blumenau utiliza estratégias de comunicação publicitária eficazes, destacando a personagem Câmara para criar uma conexão emocional com o público. O título, "Oi, eu sou a Câmara! Você fala e eu te escuto!", é chamativo e acolhedor, reforçando a acessibilidade da instituição. A paleta de cores, com o fundo roxo e detalhes em laranja claro, não apenas atrai a atenção, mas também simboliza criatividade e sociabilidade. O uso do qr-code torna a interação prática e moderna, facilitando o acesso da população ao canal de ouvidoria. Além disso, o texto reforça a mensagem de inclusão e participação, essencial para construir uma relação de confiança entre a Câmara e os cidadãos.

3. Spot Rádio, duração 30 segundos:

Para esta peça foi pensado em um texto falado pela própria personagem, para isso, foi definida uma locução feminina com voz não tão jovem e um tom simpático e descontraído como um diálogo. Abaixo o texto na íntegra:

Olá, eu sou a Câmara. Agora nós temos um encontro no nosso novo canal: o Alô, Câmara! Através dele você pode reivindicar, elogiar, dar sua sugestão e ainda ficar por dentro das notícias da Câmara Municipal de Blumenau. Eu estou esperando pelo seu contato, e pode falar que através do canal "Alô, Câmara", que eu vou te escutar. Câmara Municipal de Blumenau, essa casa é sua.

Tendo em vista a descrição do spot, entende-se que a peça publicitária utiliza uma estratégia de locução que humaniza a mensagem, criando uma conexão imediata com o público. A escolha de uma voz feminina, não tão jovem, traz um tom simpático e acolhedor, como se estivesse estabelecendo um diálogo direto com os cidadãos.

O texto, estruturado de forma clara e amigável, destaca a acessibilidade da Câmara e a importância do novo canal "Alô, Câmara!", incentivando a participação ativa da população. Além disso, a repetição de "eu vou te escutar" reforça a disposição da instituição em ouvir as opiniões e necessidades dos cidadãos.

Essa abordagem sonora, combinada com um conteúdo engajador, fortalece a imagem da Câmara como uma casa do povo, promovendo um ambiente de interação e colaboração.

4. Web banner para mídia programática

A peça possui uma medida horizontal e trará a personagem Câmara usando camisa branca, blazer azul, saia e sapatos no mesmo tom de cinza. Ela possui desta vez um balão de fala com o slogan "Oi, eu sou a Câmara". O balão próximo a sua boca tem como cor de fundo o roxo e o texto está na cor laranja. Com a mão direita a personagem segura uma placa com o selo "Alô Câmara" e o seguinte texto:

Alô Câmara!

Nós temos um encontro no nosso novo canal.

Abaixo vem o selo "Alô Câmara" e ao lado a frase: entre em contato com a Câmara.

O banner com a personagem Câmara é uma estratégia visual impactante que busca criar uma conexão direta com o público. Sua expressão simpática, representando uma mulher de meia idade, promove identificação e proximidade, enquanto o balão de fala com o slogan "Oi, eu sou a Câmara" adiciona um toque de proximidade e informalidade. As cores utilizadas, como o roxo de fundo e o laranja do texto, não apenas atraem a atenção, mas também garantem legibilidade e destacam a mensagem. A mão segurando a placa com o selo "Alô Câmara" incentiva a interação, tornando a comunicação mais dinâmica e acessível. Ao unir elementos visuais e textuais de forma harmoniosa, o banner não só informa, mas também engaja os cidadãos, convidando-os a participar ativamente através do canal "Alô Câmara".

Peças de não mídia

1. Story:

Para esta peça interativa e dinâmica foi utilizada a estratégia de síntese da informação incluindo apenas o necessário para o público entender a campanha e associar a outras peças que ele seja exposto pela cidade ou nos meios de comunicação. Na parte superior da peça, o slogan da campanha em destaque: Oi, eu sou a Câmara! Você fala e eu escuto! No meio está a personagem Câmara também usando camisa branca e blazer azul claro sorrindo e apontando para o título. E abaixo, um complemento textual: Agora você tem um canal direto e a Câmara vai te escutar, depois deste texto está o link para entrar em contato com a Câmara.

A cor utilizada no fundo da peça foi o vermelho, os textos estão escritos em branco e amarelo causando um ótimo contraste e facilitando a leitura.

A partir desta descrição da peça, pode-se concluir que o story da Câmara Municipal de Blumenau utiliza uma abordagem de comunicação publicitária que prioriza a síntese da informação, garantindo que a mensagem seja rápida e clara para o público. O slogan em destaque, "Oi, eu sou a Câmara! Você fala e eu escuto!", estabelece uma conexão amigável, enquanto a personagem Câmara, com seu sorriso e vestimenta profissional, reforça a acessibilidade da instituição. A escolha das cores, com fundo vermelho e textos em branco e amarelo, cria um forte contraste que facilita a leitura. A inclusão do link encoraja a interação imediata, tornando o canal de comunicação mais prático. Além disso, o selo "Alô Câmara" e o logotipo da instituição garantem a identidade visual, promovendo a associação da campanha com a Câmara e aumentando sua visibilidade na cidade.

2. Panfleto, A4:

O panfleto, que será distribuído nos órgãos municipais, mantém a essência da comunicação das demais peças da campanha. O design apresenta a personagem "Câmara" em plano médio, com camisa branca, blazer laranja e saia cinza, sorrindo e apontando para o título central: "Fala que a Câmara te escuta!", que se destaca no topo, em cores brancas e amarelas sobre um fundo azul.

Abaixo do título, encontra-se o QR code acompanhado da instrução: "Aponte o celular para o QR code e entre em contato com a Câmara.", promovendo o acesso direto ao canal de comunicação. O texto principal destaca a Câmara Municipal de Blumenau como a "casa do povo", onde as opiniões e reivindicações são valorizadas para tornar a cidade um lugar melhor. A personagem "Câmara" é apresentada como a porta-voz no canal "Alô, Câmara!", reforçando o compromisso de ouvir a comunidade de forma próxima e ativa.

X
B

O layout utiliza um fundo azul para criar contraste, com o texto em cinza escuro dentro de uma caixa branca de cantos arredondados para facilitar a leitura. O logotipo da Câmara Municipal de Blumenau aparece no canto inferior esquerdo, reforçando a identidade visual da instituição. Esta peça será exposta em diversos órgãos municipais, incentivando a participação popular e divulgando o canal "Alô, Câmara!" para que os cidadãos saibam que sua voz tem espaço e importância.

B X U

Estratégia de Mídia e Não Mídia

Atualmente ainda é muito singular a participação e contribuição da população junto às políticas públicas, seja no sentido construtivo ou até mesmo de manifestação de suas insatisfações em relação ao desempenho das entidades.

A falta da participação se dá por diversos fatores. Entre eles estão a descrença no poder público, *mas também ainda por desconhecimento do seu direito de poder acessar as entidades em busca de respostas e melhores resultados.*

Porém, a população segue necessitando saber do seu direito participativo, assim como do seu direito de requerer, de expor suas demandas e necessidades.

E o poder público segue tendo o dever de continuar expondo e disseminando sobre esse direito da comunidade.

E é isso que a Câmara de Blumenau pretende fazer através dessa campanha que divulga a Ouvidoria da Câmara Municipal de Blumenau.

Os objetivos são informar o papel da ouvidoria; mudar ou criar o hábito na população de participar; incentivar o resgate à cidadania.

A campanha é destinada a toda população de Blumenau, em especial jovens e adultos a partir de 16 anos.

O período de veiculação será de 30 dias e tem um investimento disponível de R\$220.000,00.

O edital desta campanha simulada prevê para ideia criativa a apresentação de seis peças, sendo quatro tipos de mídia e dois tipos de não mídia.

Porém, no capítulo da Estratégia de mídia e não mídia vamos além das peças predeterminadas no briefing, buscando dar maior aproveitamento ao investimento com maior cobertura e impacto da mensagem.

A estratégia prevê para a mídia: um filme de 15", um spot de 30", um anúncio de rodapé alto, um modelo de web banner e um outdoor.

Para não mídia: um post carrossel, um post estático, dois Stories, que serão amplamente utilizados nas redes sociais, e um cartaz. Além destes, as demais peças de mídia também vão estar em meios de não mídia aumentando a visibilidade e otimizando os valores investidos em produção.

Vamos conhecer a estratégia e tática desenvolvidas para levar a mensagem ao maior número de blumenauenses, no espaço de 30 dias de campanha, considerando também os aspectos e características comportamentais dos meios e públicos, sempre baseados em estudos e pesquisas que analisam hábitos de consumo de mídia, penetração e perfis do público nos diferentes canais. Esses dados foram obtidos em institutos de pesquisas de mercado como: Kantar IBOPE, Nielsen, Ipsos, entre outros .

1. A televisão, que embora venha dividindo espaço e atenção com as plataformas digitais, continua sendo o principal meio de cobertura em massa com sua capacidade de concentrar as audiências e detém 72% de penetração, sendo que sete em cada dez indivíduos consomem o meio tv de forma linear durante a semana, em Santa Catarina.

Nesta campanha vamos utilizar as emissoras que dispõem de sinal regional em Blumenau, com programação diversificada que falará com todos os perfis de públicos através de um filme de 15".

A NSC TV de Blumenau, líder em audiência, fará o lançamento da campanha, permanecendo no ar por durante 15 dias, com 35 inserções e 10.355.857 impactos.

A NDTV de Blumenau com uma programação também de 15 dias, iniciará sua veiculação na segunda semana de campanha, com o objetivo de ampliar o período de exposição do filme na TV aberta, com 20 inserções e 876.203 impactos. O investimento na TV aberta é de R\$74.091,10 correspondendo a 42% do investimento em mídia.

Além destas, faz parte da estratégia em TV, a veiculação na emissora local de Blumenau, a TV Galega, que veiculará nas duas últimas semanas de campanha, com 10 inserções de segunda a sexta-feira.

Investimento de R\$6.140,00 correspondendo a 3% do investimento em mídia.

2. O meio rádio, com 55% de penetração, vem se reinventando a cada dia e acompanhando a evolução tecnológica e da inovação, disponibilizando seus conteúdos em multiplataformas. Continua sendo um canal de confiança dos ouvintes que são na sua maioria, fieis à programação e aos comunicadores, fato que transfere mais relevâncias às mensagens veiculadas. Blumenau tem uma ampla cobertura de emissoras de rádio. Nesta campanha estarão presentes as emissoras Rd. 90 FM Lite Hit, Rd. Antena 1 FM, Rd. Arca da Aliança AM 1260, Rd. Atlântida FM, Rd. CBN FM, Rd. Clube FM, Rd. Itaberá FM, Rd. Jovem Pan FM, Rd. Massa FM, Rd. Menina Tropical FM, Rd. União FM, veiculando 3 inserções por dia, em dias intercalados, durante duas semanas de segunda a sexta-feira, com início na segunda semana de campanha. Somam 15 inserções por emissoras e 165 inserções na totalidade. Investimento de R\$36.637,05 que corresponde a 21% do total de mídia.

3. Jornal: Meio que vem diminuindo gradativamente o número de títulos com a versão impressa. Entretanto, com 31% de penetração, os títulos que mantêm sua circulação física concentram os leitores formadores de opinião que não abrem mão de folhear o seu jornal antes de iniciar as rotinas do dia. O perfil dos leitores são 52% homens, 54% das classes A e B e 39% da classe C. Para comunicar esta campanha, vamos utilizar seis títulos regionais de Blumenau, que são: Jornal Rota Catarinense, Jornal de Blumenau, Jornal A Voz da Razão

Jornal da Noite, Jornal Correio Comunitário e Jornal Mesorregião. Veiculação de uma inserção de anúncio no formato rodapé alto de 3col x 10cm em 5 títulos e uma adaptação para 3col x 8,5cm em 1 título. As datas serão alternadas de forma que o meio permaneça presente durante todo período da campanha. Com investimento de R\$21.341,00, corresponde a 12% do valor de mídia.

4. Digital: É o meio que mais cresce no Brasil, alcançando 91% de penetração. Com a acessibilidade cada vez maior coloca o digital como um dos meios mais democráticos, a exemplo da televisão. No entanto, apresenta uma característica de segmentação mais precisa, que acaba por fragmentar a audiência, exigindo estratégias muito bem desenhadas e direcionadas para os públicos-alvo de interesse. Oferece eficiência e interatividade em tempo real podendo gerar retorno imediato das ações desenvolvidas.

São inúmeras as plataformas e ferramentas passíveis de ações publicitárias. Porém, nesta campanha simulada, por orientação em resposta oficial, não serão utilizadas como mídias contratada as plataformas de redes sociais como Facebook, Instagram, YouTube, Spotify, entre outros, embora os dados revelem alta performance nesses canais.

De forma que no digital optamos por concentrar o investimento na compra de mídia programática com a utilização de um modelo de banner que terá adequação em 05 formatos, e a utilização do mesmo material de 15" da TV para ampliar a cobertura e alcance do conteúdo do filme e mantê-lo no ar, durante os 30 dias de campanha.

- A mídia programática é um eficiente modelo de compra de espaços publicitários automatizada através de inteligência artificial de forma eficiente e precisa, localizando os principais portais, sites, blogs mais acessados pelo público-alvo e na área geográfica de interesse, que neste caso, é a cidade de Blumenau.

Essa ferramenta também permite a configuração de uma whitelist (definição de portais importantes) que serão contemplados na compra, como por exemplo, os portais locais de Blumenau: OCP News Blumenau, Informe Blumenau, Alexandre José, Mesorregional, O Município Blumenau, O Blumenauense. Além de tantos outros portais estaduais e nacionais que tem audiência local.

Pesquisas revelam que anúncios em sites de notícias têm 80% mais chances de serem vistos. O número de impactos estimados do banner display é de 1.901.408 impressões, com investimento de R\$13.500,00, com custo por mil impressões (CPM) de R\$ 7,10 e para a campanha de vídeo, são estimadas 1.238.739 visualizações, com um investimento

de R\$16.500,00, e um custo por mil visualizações (CPM) de R\$13,32, dentro do período de 30 dias de campanha.

O investimento total no digital será de R\$30.000,00 que corresponde a 17% do valor da mídia.

5. OOH - Outdoor: A mídia Out of Home, assim como o digital, cresce a cada ano. Cada vez mais as pessoas observam e são impactadas com as mensagens visualizadas fora de casa, através de mobiliário urbano e grandes formatos. Com 88% de índice de penetração, vem se destacando e tendo cada vez mais participação no bolo publicitário. Para a campanha da Câmara Municipal de Vereadores de Blumenau, que também é responsável pelo bem-estar da população no seu dia a dia, é pertinente acessar as pessoas em suas rotinas diárias, transitando pela cidade. Por isso, estamos nos valendo dos benefícios do outdoor, que colocados em pontos estratégicos, serão responsáveis por apoiar na disseminação da mensagem para os moradores de Blumenau. Com nove pontos escolhidos estrategicamente em locais de grande fluxo durante uma bissemana (14 dias), o investimento será de R\$8.235,00, representando 5% do valor alocado em mídia.

Além da exposição gerada através dos meios de mídia, também serão exploradas as opções em canais de não mídia, que ao não apresentar investimento em veiculação, estabelecem rentabilidade aos valores destinados à campanha. Com isso, buscamos dar o melhor aproveitamento para cada peça criada e desenvolvida, ampliando suas possibilidades de exibição.

Então, a presença em canais de não mídia se dará através de:

1. Panfleto – formato A4, que foi desenvolvido para aproximar a mensagem do público-alvo em momentos de acesso a serviços e locais públicos municipais, como a própria CVB, a Prefeitura de Blumenau, Escolas, Postos de Saúde, Centros Comunitário, entre outros.

Estão previstas 2.000 unidades.

2. Web banner para o site camarablu.sc.gov.br. Com a adaptação de formato do banner criado para a mídia programática, os internautas serão recepcionados no site da CVB com a mensagem da campanha, durante os dias de veiculação.

3. Posts para os perfis próprios da CVB nas Redes Sociais. Os pontos de contato disponíveis no digital também serão utilizados como disseminadores da mensagem da campanha.

Para o Facebook e o Instagram, estão planejados um post carrossel que será publicado na primeira semana de campanha e um post estático publicado na segunda semana de campanha, ambos de forma orgânica e fixados no topo do feed durante os 30 dias de campanha. Dois posts nos stories, com quatro postagens de cada um, de forma randômica durante as 04 semanas de campanha.

4. YouTube e TVL: Será aproveitado o filme produzido para TV com o intuito de dar maior alcance e visibilidade através dos canais próprios da Câmara.

E assim, concluímos a Estratégia de mídia e não mídia, certos de trazer a melhor e mais eficiente composição para o período e investimento preestabelecido.

Do investimento total disponibilizado, foi utilizado o montante de R\$215.746,98

Deste, foi destinado para a veiculação em meios de mídia o valor de R\$176.444,15 que representa 82% do valor total. E R\$39.302,83 na produção das peças de mídia e de não mídia, que representa 18% do valor total.

Proposta Técnica
 Anexo Único
 Plano de Comunicação Publicitária

MEIO	PEÇAS	CUSTOS				VALOR TOTAL (R\$)
		Mídia/ Veiculação	Internos/ Criação	Terceiros	Honorários	
Televisão		80.231,10	2.308,67	15.650,00	2.347,50	100.537,27
Rádio		36.637,05	1.650,33	650,00	97,50	39.034,88
Jornal		21.341,00	578,20			21.919,20
Internet		30.000,00	3.030,76			33.030,76
Mídia		8.235,00	1.788,72	3.240,00	486,00	13.749,72
Não mídia			3.355,32	1.350,00	202,50	4.907,82
Outros			1.589,83	850,00	127,50	2.567,33
Total dos custos de produção						39.302,83
Total dos custos de veiculação (incluindo o desconto de agência)*						176.444,15
TOTAL GERAL						215.746,98