

PADRÃO DE RESPOSTA – DISCURSIVA

CONCURSO PÚBLICO – CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE/MG

CARGO: PUBLICITÁRIO

Questão 01

O *briefing* é uma ferramenta crucial para orientar efetivamente o trabalho de uma agência de publicidade na criação de estratégias de comunicação. Para que um *briefing* seja eficaz, é fundamental realizar uma análise abrangente do mercado, levando-se em consideração diversos aspectos-chave. Espera-se que o candidato aborde em sua resposta alguns aspectos relacionados a seguir:

1. Tamanho do mercado: o primeiro aspecto a ser considerado é o tamanho do mercado em que a empresa atua. Isso envolve a identificação do público-alvo, a estimativa do número de consumidores potenciais e a análise de segmentos de mercado relevantes.

2. Tendências de mercado: é essencial analisar as tendências emergentes no mercado, incluindo mudanças no comportamento do consumidor, preferências de compra, demandas por produtos e serviços, bem como quaisquer novas necessidades que estejam surgindo.

3. Concorrência: uma análise detalhada da concorrência é fundamental para entender o posicionamento da empresa em relação aos seus competidores diretos e indiretos. Isso envolve identificar os pontos fortes e fracos dos concorrentes, as estratégias de comunicação adotadas por eles e as oportunidades que podem ser exploradas.

4. Avanços tecnológicos: a tecnologia desempenha um papel cada vez mais importante no cenário de *marketing* e publicidade. Portanto, é essencial estar atualizado sobre os avanços tecnológicos relevantes para o setor, como novas plataformas de mídia social, ferramentas de análise de dados, automação de *marketing*, realidade aumentada, dentre outros.

Ao considerar esses aspectos durante a elaboração do *briefing*, o cliente e a agência de publicidade estarão melhor preparados para desenvolver estratégias de comunicação eficazes e alinhadas com a situação real do mercado.

Fonte: CORRÊA, Roberto. **Contato imediato com planejamento de propaganda.** 6.ed. São Paulo: Global, 1998.

Questão 02

A narrativa transmídia, conforme discutida por *Henry Jenkins* em “*Cultura da Convergência*”, é uma estratégia que envolve contar histórias através de múltiplos meios de comunicação e plataformas digitais. Essa abordagem não só amplia o alcance da história, mas também permite uma experiência mais envolvente e interativa para o público.

Espera-se que o candidato aponte exemplos práticos para integrar uma campanha *offline* às mídias sociais, conforme as possibilidades a seguir elencadas:

Evento Offline: a empresa organiza um evento presencial, como uma feira ou *workshop*, para promover sua iniciativa. Por exemplo, um evento de conscientização sobre saúde mental.

Conteúdo multimídia: durante o evento são capturados vídeos, fotos e depoimentos dos participantes e palestrantes, abordando diversos aspectos da saúde mental, desde dicas de autocuidado até histórias de superação.

Publicação nas mídias sociais: o conteúdo gerado durante o evento é compartilhado nas redes sociais da empresa, como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Vídeos são postados no IGTV; fotos são compartilhadas no *feed* e *stories* do *Instagram*; e, depoimentos são *tweetados* com *hashtags* relevantes.

Engajamento do público: os seguidores são incentivados a interagir com o conteúdo, compartilhando suas próprias experiências relacionadas à saúde mental, fazendo perguntas aos especialistas e participando de enquetes sobre temas relacionados.

Continuidade da narrativa: após o evento, a empresa continua a narrativa nas mídias sociais, compartilhando recursos adicionais, como artigos, infográficos e vídeos educacionais sobre saúde mental.

Call-to-Action: a empresa incentiva os seguidores a participarem de ações *offline*, como buscar ajuda profissional, participar de grupos de apoio locais ou realizar atividades de autocuidado.

O cerne da narrativa transmídia é a continuidade da narrativa em múltiplos canais e não a replicação do mesmo conteúdo. Em uma narrativa transmídia, cada meio de comunicação contribui para expandir e enriquecer o universo da história, oferecendo diferentes perspectivas, detalhes e experiências aos espectadores.

Fonte: JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.