

I - Raciocínio Básico

El dorado é uma antiga lenda indígena da época da colonização da América e atraiu muitos aventureiros europeus. Assim como a lenda pré-colombiana, o município de Eldorado no Mato Grosso do Sul, também abrigou muitos desbravadores, que encontram um porto seguro na cidade para a prospecção riqueza e renda, por isso é possível dizer que a história de Eldorado se entrelaça com a história do país.

Com o início da guerra entre o Brasil e Paraguai, no ano de 1864, o jovem aventureiro gaúcho, Thomas Larangeira, se inscreveu como voluntário para lutar na frente de batalha. Muito habilidoso em fazer amizades, ganhou a confiança das autoridades do império, integrando a Comissão Demarcatória de divisas. Ao exercer o seu trabalho, Larangeira descobriu na região fronteira da então província do Mato Grosso, uma enorme reserva de ervais nativos, vendo ali uma grande oportunidade.

Aproveitando a sua influência política, conseguiu junto ao governo brasileiro a concessão de 05 mil hectares de terras na região, uma espécie de recompensa pelos seus préstimos durante a guerra. O contrato era bom para ambas as partes, o Governo fincava o pé na fronteira e Thomas passava a explorar os ervais da região. Se aproveitando disso, fechou parcerias com oligarcas regionais para fundar aquela que seria uma das maiores multinacionais brasileiras do século XIX, a Companhia Matte Larangeira.

A Companhia foi uma típica empresa colonial que teve grande poder político e econômico, ajudando a formatar aquilo que se tornaria o Mato Grosso e posteriormente o Mato Grosso do Sul. O seu poderio se refletia na sua infraestrutura, responsável por escoar folhas de erva-mate de Ponta Porã, passando por Guaíra (PR), até a Argentina, de onde se exportava para toda a Europa. Pode parecer que não, mas a região de Eldorado também teve uma participação neste entreposto de transporte. Sim! Porto Morumbi e a foz do Rio Iguatemi foram bases operacionais importantes da Companhia.

Depois da Segunda Guerra Mundial, a Argentina criou barreiras para a importação de produtos da região, com a não-renovação das antigas concessões e a criação do Território Federal de Ponta Porã, a empresa derrocou, deixando de legado o desenvolvimento de toda uma região.

Outro ponto que entrou em conflito os interesses da Companhia, foi a política de "colonização" promovida por Getúlio Vargas durante o Estado Novo. A Marcha para o Oeste, como ficou conhecido este fenômeno, estimulava a ocupação de terras no sul do Mato Grosso, incentivando a posse de terras que antes eram da Matte Larangeira. Este "programa" de governo fomentou a vinda de migrantes de todas as partes do país, que passaram a buscar na região novas oportunidades. É a partir daí, que Eldorado entra definitivamente na história e no mapa.

A história recente da cidade é conhecida, está entrelaçada aos nomes de Omar Nunes Cardoso e Paulo Buganissi, proprietários de grandes glebas de terras, que resolveram criar um núcleo urbano a 20 km de Porto Morumbi. Com base em planta elaborada por Paulo Buganissi, iniciaram os trabalhos de implantação do povoado, a partir de 28 de julho de 1952.

Manoel Farias foi o primeiro morador, depois vieram Pedro Pereira, Venceslau Honório da Silva, José Cícero da Silva, Quintino da Silva, Martinho Trabuco, José Caprioli e tantos outros pioneiros que ajudaram a desbravar os sertões do município e colaboraram para o desenvolvimento da cidade.

Desde o início, Eldorado teve uma vocação voltada para a economia agrária. Fundada no ano de 1976 e emancipado em 1977, viu ao longo dos seus 45 anos uma mudança que impactou significativamente na vida dos munícipes. Por um bom tempo a indústria madeireira garantiu uma forte inserção de recursos na economia local. Até o final do século passado a atividade pecuária foi um ponto forte, posteriormente a integração com a agricultura ganhou espaço e hoje disponibiliza matéria-prima para novos mercados, como

a fruticultura, por exemplo, que alçou o nome da cidade como a capital nacional da Melancia.

Quem olha os números de sua população, cerca de 13 mil habitantes, pode se enganar com o seu poderio econômico, mas quando esmiuçamos detalhadamente os dados apresentados pelo IBGE, podemos ver que a cidade possui uma boa renda per capita, os trabalhadores do município ganham a média nacional e a educação é um ponto positivo entre as cidades do interior do Estado.

Todos esses dados vão de encontro com a atual situação. A agro industrialização avançou a passos largos, gerando recursos que fortaleceram a classe empresarial prestadora de serviços e de bens de consumo. Esta pujança econômica fez a cidade de Eldorado se desenvolver com uma sólida classe empresarial e política, tornando-a uma importante liderança no cone sul mato-grossense.

Apesar de a cidade ser uma pequena unidade habitacional, seus moradores são muito empenhados politicamente, prova disto é que o Município foi um dos poucos da região a ter um representante no Legislativo Estadual.

Esta politização faz com que o cidadão exerça um papel fundamental na fiscalização dos recursos públicos, uma tarefa que ficou ainda mais fácil com a democratização do acesso à informação, impondo aos gestores públicos políticas que facilitem o acesso à informação. Com a chamada sociedade do conhecimento, existe uma crescente mobilização da população para tornar ainda mais transparente o processo de comunicação das entidades públicas das esferas municipais, estaduais e federal. Nesta circunstância, a comunicação social passa a ser não um mero elemento distribuidor de recursos para órgãos de imprensa, mas, um elemento necessário para divulgar as ações e os resultados por elas alcançadas. É com satisfação que vemos algumas das políticas de transparência das ações, colocadas em prática pelo Legislativo Municipal de Eldorado. Já existe um trabalho de assessoria de imprensa que dispara "releases" para os principais órgãos de imprensa da região. A Câmara faz a transmissão pela "internet" das suas reuniões ordinárias e agora, torna ainda mais transparente todo esse processo com a contratação de uma agência de publicidade, algo muito normal e amparado constitucionalmente e por legislação própria.

Ressaltamos, não existe o processo democrático sem a comunicação, portanto, em época de "fake News" dar credibilidade as ações do Legislativo são de fundamental importância para a sobrevivência do processo democrático. Neste aspecto, consideramos ser muito oportuno o tema imposto pelo "briefing" do certame, sendo basicamente, o de estimular a participação popular nas sessões da Câmara Municipal de Eldorado.

O grande desafio será o distribuir a verba de maneira racional para atingir as metas propostas, otimizando os investimentos para que ele impacte a população com uma comunicação criativa, dinâmica, plural e econômica, mesclando as tradicionais mídias de comunicação, como o rádio e jornal, por exemplo, passando por ações de não-mídia e convergindo parte desta audiência para os novos meios de comunicação digital, aprimorando assim a divulgação da Câmara Municipal de Eldorado tornando-a mais ativa, moderna e próxima da população.

S.L. Souza Publicidade
e Propaganda Ltda
Sabrina Leandra de Souza Aquino
CNPJ: 17.231.177/000168
Insc. Municipal: 3.3364-0

II - Estratégia de Comunicação Publicitária

Quando falamos em Legislativo Municipal precisamos entender um pouco do funcionamento da entidade, e a verdade é que apesar de muitas pessoas torcerem o nariz para a importância da mesma, o fato é que a Câmara de Vereadores possui uma responsabilidade muito grande para a sociedade, até porque, o vereador é o elo entre o cidadão comum e a direção da cidade.

Este fato ressalta que a Câmara é a formação plural dos vários agentes que atuam dentro de uma cidade, representando classes sociais, entidades públicas e privadas, grupos de trabalho e até mesmo o cidadão comum que não se enquadra e nenhuma categoria de associação, mas que procura no vereador uma representatividade na política local.

Pensando isso criamos uma campanha intitulada "A Câmara por traz de você", que busca justamente alertar o cidadão comum, que tudo que acontece na política local, no âmbito da administração, também passa pelo Legislativo Municipal.

Muitas vezes, os louros das conquistas alcançadas pela administração, recaem apenas sobre os gestores do Executivo, mas, o que muitas vezes a população não entende, é que a maioria dessas conquistas também passam pelas mãos dos vereadores.

Toda vez que um nobre edil recebe um pedido, ele transforma esta solicitação em Indicação. Essa indicação bem aproveitada pelo prefeito, serve como um guia das ações a serem executadas pela administração.

Vale ressaltar também que os vereadores são agentes políticos, que possuem a sua base partidária, acionando deputados estaduais e federais, e transformando os pedidos em emendas, que se transformam em obras, programas e equipamentos essenciais para o desenvolvimento da cidade.

Diante de todo esse pressuposto, chegamos a campanha propriamente dita, que incentivará a população para acompanhar as ações do legislativo e opine quando necessário. Para isso, a nossa ideia é utilizar atores locais, integrantes da comunidade, para poderem participar, se integrar as ações e decisões tomadas na Casa de Leis.

Antes de falarmos propriamente dito na campanha precisamos entender. Para quem comunicaremos? Como falaremos e quais as ferramentas e técnicas de comunicação que utilizaremos?

Como pede o "briefing", a campanha será realizada num período de 30 dias. No caso específico da arte apresentada, foi usada a imagem de um cidadão comum, colhida em um banco de imagens pago, para não haver problemas relacionados as questões que envolvem o direito do uso de imagens, mas, é preciso repensar caso a campanha seja aceita, a necessidade de se usar um cidadão eldoradense.

O interessante é que a Assessoria de Comunicação da Câmara indique essas pessoas. A agência de publicidade tem a função de sugerir, apresentar novas formas de comunicação, mas, nunca impor o seu conceito. Nossa sugestão é que esses atores façam parte de grupos importantes da comunidade, ligados a associações de classes, escolas, movimentos sociais e populares, moradores antigos e influenciadores de redes sociais. Mas é a comunicação da Câmara de Vereadores que deve dar o veredito final.

Na arte encontramos ainda outros elementos que embasam a ideia inicial, como a imagem da Câmara por trás do cidadão, enfatizando essa retaguarda de apoio a sociedade. Existe uma divisão subliminar entre o lado direito e esquerdo da peça, tendo propositalmente o cidadão ao centro, para justificar o trâmite entre os pedidos, uma caminhada que passa pela sociedade, é acolhida pelo Legislativo e que se transformam em ações nas mãos do executivo.

Sugerimos algumas imagens que refletem as conquistas alcançadas pelo município, como a aquisição de maquinários, veículos e obras importantes de infraestrutura.

Nas peças optamos por utilizar uma linguagem visual simples, direta sem muita interferência e ruído. As cores predominantes são as da bandeira do município, com o azul e o amarelo se destacando. Toda mensagem ainda é enfatizada com o convite para que o

cidadão acompanhe as Sessões da Câmara de Eldorado, presencialmente, ou através da rede mundial de computadores.

Para distribuir a campanha, pensamos nas mídias tradicionais como TV, jornais, rádio e outdoor, mas não esquecemos também da "internet", um segmento cada vez mais forte e atuante na comunicação social pública. As comunicações apresentadas para os meios, jornal e outdoor, remetem ao tema com imagens que são de fácil identificação pelo público alvo.

O público alvo claro que é a população de Eldorado com faixa etária dos 16 aos 85 anos, mas também, não podemos nos esquecer que a comunicação pode atravessar fronteiras, o que é ótimo, pois permite que os demais municípios da região possam saber o que a Câmara de Vereadores está fazendo para tornar o seu processo de comunicação mais democrático e transparente.

A propaganda é adaptada para cada uma das mídias. No rádio, uma locução mais cadenciada e uma trilha dinâmica que ajuda compor a ideia e torná-la mais interessante para audiência, que abraça a peça e eleva autoestima de quem a ouve. O "slogan" da campanha assina o áudio, e enfatiza a necessidade da participação popular.

No outdoor, uma mídia de grande impacto, mas que precisa de uma quantidade adequada de texto para que a mensagem seja assimilada em cinco segundos. Foi apresentada uma proposta de texto breve, porém contendo todas as informações necessárias com o intuito de informar e chamar a atenção da população para a ideia principal da mensagem.

Na TV, optou-se pela animação, um artifício mais didático que apresenta um alto grau de retenção da audiência, tornando a mensagem a mais didática possível. Temos que analisar e verificar que o "mix" de "marketing" completo deve estar integrado com a campanha, de modo a transmitir uma mensagem coerente e um posicionamento estratégico.

É preciso que haja uma padronização em todas as peças da campanha, para que a mensagem criada seja identificada com personalidade própria, ou seja, único padrão visual, a mesma comunicação sonora, adicionada ao conceito da campanha torna a identificação fácil e rápida pelo receptor. Essa mensagem deve passar também pela assessoria de imprensa, que deverá continuar a colaborar com a imprensa regional distribuindo "releases" de notícias e informações das ações do Legislativo.

É evidente que os esforços de mídia realizados para esta campanha trarão resultados instantâneos, mas que serão perpetuados a médio e longo prazo, em consonância com a continuidade da atuação do Legislativo Municipal em benefício do cidadão e conseqüentemente com o desenvolvimento da cidade.

Acreditamos que, com estas ações direcionadas e uma campanha de impacto social, a população será comunicada efetivamente quanto as ações da Câmara Municipal de Eldorado, a importância da participação popular, e que o cidadão possa de onde estiver, participar das Sessões, interagir com o Poder Legislativo, ajudar na fiscalização e debater o futuro da cidade.

III – Ideia Criativa


JORNAL

S.L. Souza Publicidade
e Propaganda Ltda
Sabrina Leandra de Souza Aquino
CNPJ: 17.231.174/0001-68
Insc. Municipal: 3.3384-0

OUTDOOR

S.L. Souza Publicidade
e Propaganda Ltda
Sabrina Leandra de Souza Aquino
CNPJ: 17.231.174/0001-68
Insc. Municipal: 3.3384-0

VT/STORYBOARD


S.L. Souza Publicidade
e Propaganda Ltda
Sabrina Leandra de Souza Aquino
CNPJ: 17.231.174/0001-68
Insc. Municipal: 3.3384-0

RÁDIO

S.L. Souza Publicidade
e Propaganda Ltda
Sabrina Leandra de Souza Aquino
CNPJ: 17.231.174/0001-68
Insc. Municipal: 3.3384-0

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia - Segundo a SECOM (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República), “a seleção dos meios é pautada por pesquisas reconhecidas no mercado que trazem informações como: cobertura, penetração e afinidade, além de demais dados técnicos para identificar e selecionar a melhor programação de acordo com os objetivos de comunicação de cada ação”.

O objetivo através da mídia é distribuir a verba de maneira a atingir as metas propostas, otimizando investimentos e impactando a população eldoradense. Para isso, a agência utilizará um mix de mídia adequado para o público pretendido. A escolha dos meios e veículos para a divulgação das informações levará em conta o público-alvo, horários de maior audiência, IVC e outras informações que possam otimizar o investimento. Como estratégia de mídia no caso específico da licitação, será realizada a divulgação em jornal, rádio, outdoor e internet.

A campanha “A Câmara por trás de você” quer estreitar a relação entre o cidadão e a Câmara Municipal, por isso a agência recomenda que a estratégia privilegie os veículos de massa. Neste aspecto o rádio foi escolhido por sua frequência, levando em consideração que a população está em contato com a mesma no cotidiano. Neste caso, a mensagem comunicada é a maneira de aproximar as pessoas com o conteúdo e a lembrança da mensagem.

Além disso, segundo Marshall McLuhan, “o rádio é o meio de difusão que mais influencia a mensagem, que mais transforma os conteúdos”. Em seu texto “Rádio - O Tambor Tribal”, o escritor afirma que o meio seria a mensagem, entendendo a mensagem do rádio como aquela que trabalha com um sentido isolado (audição), rico em mensagens abastadas de informação (dados de audição) que não dariam margem alguma para um esforço de complementação por parte do ouvinte da mensagem, sendo esse meio denominado como quente.

Segundo pesquisa Ipsos/Marplan (2013), o rádio continua sendo o companheiro fiel dos brasileiros. O perfil dos ouvintes de rádio mostra que as ondas radiofônicas estão presentes de forma equilibrada nas classes A e B (42%), e C (46%). Já as classes D e E somaram um percentual de 11% de representatividade no estudo. Na última década, trinta e cinco milhões de pessoas passaram a integrar a classe média no Brasil, segundo estudo da Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) da Presidência da República, e 28% dos brasileiros estão nas classes mais baixas. Portanto, o estudo demonstra que o caráter do rádio continua predominantemente popular. No topo da lista dos assuntos que mais interessam aos ouvintes estão músicas, saúde e humor, seguidos de religião, educação e medicina alternativa. E, entre os ouvintes, as mulheres são a maioria (52%). O maior percentual de espectadores está na faixa entre 25 e 34 anos, nas classes A ou B. Por este motivo foi escolhida a Rádio Eldorado FM, a única rádio de Eldorado, que veiculará um spot de 30 segundos. A rádio mantém uma grande abrangência na região da cidade e interior, atingindo um público diversificado por ter um jornalismo e entretenimento dinâmico, informativo e de credibilidade.

A Eldorado FM é uma emissora moderna e atual, rápida que se reinventa o tempo todo. Com conteúdo, diversidade e velocidade, a rádio está apta para atingir toda a população de Eldorado e região, já que seus transmissores são de grande potência e possuem um grande alcance. Portanto, teremos a mensagem mobilizando e informando um grande número de munícipes.

Já a escolha dos jornais tem por objetivo comunicar a toda população a mensagem da campanha. Segundo Sant'Anna, “a vantagem do jornal é que ele possui uma cobertura regional, possibilitando assim a comunicação com seu público-alvo. Possui uma fidelidade de leitura, ou seja, o leitor acompanha o veículo diariamente, e por fim por ser um formador de opinião”.

A mídia Jornal proporciona cobertura junto ao público formador de opinião, trazendo credibilidade à mensagem. Seus diversos cadernos abrangem acontecimentos do Brasil.

do estado e principalmente do município, o que o torna um meio de grande relevância; além de ser palpável, o anúncio impresso permite que o leitor interessado, memorize a informação repassada e a utilize como fonte para a tomada de decisão, caracterizando a portabilidade e credibilidade do meio.

Levando isso em consideração, foram escolhidos os jornais "Tribuna do Povo" e "O Liberal", por terem credibilidade e serem os meios tradicionais entre as famílias e formadores de opiniões de Eldorado. Juntos, os dois jornais possuem uma tiragem de mais de oito mil exemplares distribuídos em mais de onze municípios da região.

Como mídia complementar "*out off home*", sugerimos a utilização de um espaço em *outdoor* localizado na Avenida Brasil, centro da cidade e próximo ao hospital municipal, um ponto estratégico e de grande visualização e percepção por parte da população. Vale aqui lembrar que o *outdoor* é a mídia preferida pelos anunciantes que pretendem causar forte impacto no público e alcançar grande visibilidade em suas campanhas publicitárias. O *Outdoor* permite a veiculação regionalizada, cobrindo áreas específicas de acordo com o perfil do público-alvo.

Para completar o que pede o briefing, também escolhemos veicular a mensagem na TV, em especial na TV Morena, do grupo Rede Globo, um canal de grande penetração que permite alcançar um público maior com um ponto de anúncio. Escolhemos o horário do almoço, um dos momentos de maior audiência da TV, através do programa de jornalismo que costumeiramente costuma ser acompanhado pela família eldoradense.


E finalizando, há que se destacar que a internet é um meio muito importante. A Câmara já possui um perfil social no Facebook e todo material desenvolvido nesta campanha poderá ser divulgado também nestes canais; a postagem e o controle se darão através da Assessoria de imprensa da própria Câmara.

A definição dos veículos e ações foram feitas de acordo com cada meio de comunicação, foi seleta e planejada a atingir o público-alvo da campanha no município de Eldorado. É possível também comprovar que a Estratégia de Mídia apresentada se encontra totalmente alinhada aos demais tópicos exigidos no presente edital: raciocínio básico, ideia criativa e estratégia de comunicação publicitária.

O impacto da comunicação será responsável pela mobilização, conscientização e possível ação da população em participar das ações da Câmara Municipal de Eldorado, criando nela um senso crítico e responsável para colaborar com o desenvolvimento da cidade.

Desta forma a agência entende que contempla todos os itens propostos no edital, e também propõe uma estratégia ampla com o intuito de conscientizar toda a população sobre a relação direta que os mesmos podem ter com a Câmara Municipal de Eldorado e os seus vereadores. Além disso, destacamos a combinação da estratégia de mídia e não mídia que combinará o trabalho de esclarecimento e a ação prática no dia a dia para aumentar os laços dos cidadãos com o órgão público.

Para finalizar, segue as tabelas de investimentos para a campanha.


S.L. Souza Publicidade
e Propaganda Ltda
Sabrina Leandra de Souza Aquino
CNPJ: 17.231.174/0001-68
Insc. Municipal: 3.3384-0

