

## Padrões de resposta – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

### QUESTÃO DISCURSIVA 01

---



Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/03/21/Caso-Marielle-completa-uma-semana.-O-que-se-sabe-sobre-o-crime>>.

Acesso em: 27 jun. 2018 (adaptado).

#### TEXTO 1

Conforme relatório da organização de defesa dos direitos humanos Anistia Internacional, em 2017, entre 159 países, o Brasil apresentou o maior número de assassinatos de diversos grupos de pessoas, como jovens negros do sexo masculino, pessoas LGBTI+, defensoras e defensores de direitos humanos, grupos ligados à defesa da terra, populações tradicionais e policiais.

Disponível em: <<https://anistia.org.br/noticias/brasil-lidera-numero-de-assassinatos-de-diversos-grupos-de-pessoas-em-2017-aponta-anistia-internacional-em-novo-relatorio/>>. Acesso em: 27 jun. 2018 (adaptado).

#### TEXTO 2

Negra, mulher, mãe solteira, bissexual, moradora de favela, aluna da primeira turma do pré-vestibular comunitário da Maré, graduou-se em ciências sociais e realizou mestrado em administração pública. Sua vida fora construída na luta contra todas as estatísticas que fazem a morte, a prisão e a pobreza os destinos mais prováveis para as mulheres e os jovens pretos e pardos neste país.

Um grande mérito pessoal, sem dúvida. Mas Marielle era inteligente demais para deixar-se iludir por uma ideia de meritocracia que ignora as estatísticas, faz que não vê as desigualdades sociais e desconsidera que as pessoas não começam todas do mesmo patamar.

Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/19/opinion/1521476455\\_299821.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/19/opinion/1521476455_299821.html)>. Acesso em: 12 set. 2018 (adaptado).

### TEXTO 3

Logo após o assassinato da vereadora Marielle Franco, ocorrido no Rio de Janeiro, em 2018, os compartilhamentos nas redes sociais lançaram, em nível internacional, uma personagem política que, mesmo tendo sido uma das mais votadas na capital carioca, não tinha espaço privilegiado na agenda. Durante a primeira quinzena de março, a coleta de publicações em que se mencionava “Marielle Franco” totalizou mais de 3 milhões e meio de *tweets*. As manifestações expressavam, principalmente, reações de apoio, marcadas por *hashtags* (palavras-chave) como #mariellepresente, #justicaparamarielle, #somostodosmarielle, #mariellelive, mas também circulavam informações falsas que associavam a vereadora a atos ilícitos e mensagens que relativizavam o seu assassinato em função de sua atuação política em favor dos direitos humanos.

Disponível em: <<http://www.labic.net/blog/marielle-presente-mapa-de-tweets-publicados/>>. Acesso em: 12 set. 2018 (adaptado).

A partir das informações apresentadas, redija um texto que aborde os seguintes aspectos:

- o tensionamento entre a defesa dos Direitos Humanos realizada por Marielle Franco e a produção de notícias falsas após o assassinato da vereadora;
- os prejuízos da produção de notícias falsas para a sociedade democrática.

(valor: 10,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve articular as ideias apresentadas na foto e nos textos 1, 2 e 3. Desse modo, deve relacionar a defesa dos Direitos Humanos no Brasil à disputa de narrativas que se constituíram publicamente, nas redes e nas ruas, a respeito do assassinato de Marielle Franco, envolvendo a produção de uma série de notícias falsas a respeito da vereadora.

De um lado, defendeu-se a ideia da execução da vereadora, em função de sua atuação política como tentativa de silenciamento, desencorajamento e desmobilização dos defensores dos Direitos Humanos. De outro lado, reações de fundo depreciativo tentaram desacreditá-la com ataques à sua imagem e à sua reputação e, até mesmo, culpabilizá-la e relativizar o seu assassinato, acentuando que, no Brasil, a própria noção de defesa dos Direitos Humanos está em disputa e tem sido vista, por uma parcela da sociedade, de forma pejorativa. Tais aspectos revelam que a atuação política de Marielle Franco impactou consistentemente a compreensão das duas visões sobre seu assassinato, o que foi estimulado pela produção das notícias falsas a respeito de sua pessoa.

A política, em uma sociedade democrática, se produz e se constitui no debate de opiniões e de ideias e na disputa legítima de interesses. A produção de notícias falsas ou manipuladas, sem compromisso com a realidade, influencia o debate público de forma

negativa, independentemente de seu teor. Por essa razão, pode ser compreendida como um risco à democracia, pois o fenômeno emerge do interesse de alguns grupos em manipular a opinião dos cidadãos, enviesando o debate público sobre determinado tema. Tal manipulação é incompatível com sociedades democráticas.

## QUESTÃO DISCURSIVA 02

---

### TEXTO 1

O Museu Nacional do Rio de Janeiro talvez fosse o lugar mais importante do Brasil dado o seu valor como patrimônio cultural e histórico não só brasileiro, mas mundial. O incêndio ocorrido no início de setembro de 2018 destruiu o lugar que era o símbolo da gênese do país como nação independente e continha um acervo inestimável, não só do ponto de vista da história da cultura e da natureza brasileiras, mas também do acervo de peças de significado mundial.

O Museu Nacional abrigava vários departamentos da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Era um museu de exposição, mas também de pesquisa. A biblioteca de Antropologia, que devia ter uns 200 mil títulos e era um instrumento de trabalho fundamental para a pesquisa de vários docentes, foi construída ao longo de 50 anos, e perdeu-se. Parte pode ser recuperada, mas os fósseis, os insetos, as coleções de estudo, são insubstituíveis.

Outra perda incalculável refere-se ao material do acervo relativo a povos que foram destruídos pelo colonialismo europeu e que estavam ali como testemunhas mudas da história da invasão da América.

Disponível em: <<https://www.publico.pt/2018/09/04/culturaipilon/entrevista/eduardo-viveiros-de-castro-gostaria-que-o-museu-nacional-permanecesse-como-ruina-memoria-das-coisas-mortas-1843021>>. Acesso em: 10 set. 2018 (adaptado).

### TEXTO 2

Ao consumir parte significativa do acervo de 20 milhões de peças da instituição, o incêndio arrasou também anos de trabalho e afetou, de forma irremediável, a pesquisa, com impactos na ciência brasileira e internacional. Segundo uma pesquisadora dessa instituição, apesar de o foco muitas vezes permanecer na perda do passado, quando perdemos um acervo que era usado para fazer pesquisa, perdemos também o futuro.

Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/>>. Acesso em: 10 set. 2018 (adaptado).

Considerando os trechos apresentados, redija um texto a respeito da importância dos museus para a sociedade contemporânea sob o ponto de vista da memória e das perspectivas de futuro, abordando três aspectos da função social dessas instituições. (valor: 10,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

Em seu texto, o estudante deve apresentar argumentos que sustentem a importância dos museus para a sociedade contemporânea, considerando três dos seguintes eixos argumentativos:

1. Preservação de memória e políticas da identidade. A identidade de um povo depende da memória. Resguardar a memória de grupos sociais, como, por exemplo, a proteção das memórias dos povos tradicionais, indígenas e quilombolas, é condição indispensável para que possam ser reconhecidos em suas particularidades; os museus podem servir como referência para a sociedade em que estão inseridos. Espaços museológicos contribuem para o acesso e a democratização da memória. A cultura material pode ajudar a reconstituir trajetórias de grupos sociais.
2. Educação e Cultura. Os museus oferecem acesso a informações, conhecimentos e bens culturais a públicos de diferentes esferas da vida social. São espaços que podem propiciar a ampliação do campo de percepção para a construção de outros entendimentos sobre o mundo. Por meio de exposições para a sociedade, podem oferecer ao público

possibilidades diversas de se conhecer a história de grupos, de territórios, da natureza, de arte, a depender do tipo de acervo que coleciona. Desse modo, pode fomentar, por meio de atividades pedagógicas, educacionais ou mesmo de lazer, práticas reflexivas sobre o patrimônio cultural.

### 3. Produção de pesquisas e de conhecimentos

3.1. As informações sobre os diversos grupos sociais possibilitam produzir conhecimento sobre diferentes modos humanos de existir, recriar a própria história da humanidade e pensar diversos futuros possíveis.

3.2. O acervo de museus preserva e disponibiliza material biológico, registros geológicos e informações catalogadas para realização de pesquisas. Nesse sentido, podem ser considerados espaços de preservação de patrimônio natural.

3.3. O conhecimento exposto em museus é reflexo da pesquisa feita na instituição, que também é comunicada a outro público pelos artigos em periódicos científicos.

### 4. Turismo e impacto cultural e econômico.

A relação entre museu e atividades ligadas ao turismo, considerando o impacto cultural e econômico da região. Os visitantes integram a ida ao museu como parte de uma atividade turística, mas também cultural, na medida em que tomam conhecimento sobre a cultura e a história de determinados grupos, sociedades e países.

**Empresa do setor de cosméticos ensina a “amarrar o amor” e aborda diversidade**

As tradicionais simpatias, que fazem parte da cultura popular brasileira, foram o mote de campanha direcionada à celebração do Dia dos Namorados em 2017. A marca e a agência, no entanto, decidiram misturar o tema a uma mensagem que propõe a valorização da diversidade e a quebra de estereótipos. Com o nome de Simpatias de Humor, o comercial estreou na grade da TV aberta e também foi exibido nos perfis da marca em *sítes* de redes sociais. No filme, duas garotas aparecem dançando em uma situação de flerte, enquanto a narração vai descrevendo uma simpatia para, supostamente, “amarrar” a pessoa amada. No fim da sequência, as duas jovens se beijam.

Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/05/17/para-quebrar-estereotipos-natura-ensina-a-amarrar-o-amor.html>>. Acesso em: 26 jul. 2018 (adaptado).

Considerando a situação apresentada, redija um texto acerca dos riscos e oportunidades de uma marca investir na criação publicitária utilizando estratégia de humor para tratar de temas que abordem diferenças socioculturais, tais como as étnicas e de gênero. Em seu texto, discorra sobre questões éticas que envolvem a utilização do humor na publicidade. (valor: 10,0 pontos)

**PADRÃO DE RESPOSTA**

O estudante deve em sua resposta citar objetivos do uso do humor na propaganda, tais como, influenciar comportamentos, gerar empatia e proximidade, mobilizar emoções para que o consumidor preste mais atenção ao produto/serviço anunciado e, assim, dar visibilidade a uma marca. Deve também mencionar que, por gerar proximidade, pode ser uma boa estratégia para a marca trazer leveza a temas mais complexos, bem como pode ser usado como estratégia de persuasão.

A questão ética deve ser levada em conta considerando-se que o humor utilizado na propaganda pode gerar polêmicas e controvérsias, ao ser pejorativo, ofensivo, desrespeitoso ou agressivo. Além disso, quando mal-empregado, pode reforçar estereótipos e influenciar comportamentos negativos.

O texto deve apresentar, pelo menos, dois riscos do uso do humor na propaganda para tratar de temas que abordam diferenças socioculturais, tais como as étnicas e as de gênero, dentre os apresentados a seguir:

- Um dos principais recursos do humor é a surpresa e o inusitado, o que aumenta a possibilidade de a mensagem desvanecer depois de vista pela primeira vez, caso a marca não conte com outros elementos, além do humor, para atrair a atenção do consumidor.
- A reação ao humor utilizado na propaganda varia, o que pode tornar seu uso polêmico e controverso, pois o que para uns pode ser engraçado, para outros pode ser pejorativo, ofensivo, desrespeitoso, agressivo ou “cair mal”.
- O humor, quando mal-empregado, pode reforçar estereótipos e influenciar comportamentos negativos.
- O perfil do público que se quer atingir com a mensagem deve ser identificado adequadamente. Caso contrário, o efeito pretendido pode não ser alcançado.

O texto deve apresentar, pelo menos, duas oportunidades do uso do humor na propaganda para tratar de temas que abordam diferenças socioculturais, tais como as étnicas e de gênero, dentre as apresentadas a seguir:

- Influenciar atitudes e comportamentos positivos.
- Trazer leveza e bom humor para gerar boa vontade com temas e histórias polêmicas, servindo para quebrar tensões, gerar empatia e tornar a mensagem mais aceitável, o que pode diminuir os contra-argumentos à mensagem veiculada.
- Aumentar atração para a peça, a mensagem e a marca, potencializando o comercial através do “boca a boca” (buzz marketing).
- Exercer a função social da publicidade ao dar visibilidade a causas sociais e a grupos minoritários, valorizando a diversidade e a quebra de estereótipos.

#### QUESTÃO DISCURSIVA 04

---

Processar e analisar os dados gerados a partir dos comportamentos na rede são fatores-chave no marketing digital. Trabalhar conteúdo e acurácia em mídia programática se tornou vital e, por meio de soluções de *big data* e algoritmos, empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação buscam atender a essa necessidade permitindo que o cliente seja conhecido, resguardando sua privacidade. Impactar com a informação certa, no momento certo e com o produto certo. Esse é o atual “pulo do gato”. Na internet, é possível visualizar essa lógica facilmente, entretanto, como processo natural da transformação digital, no ambiente *off-line*, o que se vê, hoje, é a dinâmica invertida. Se, na rede, o estímulo à compra se intensifica com *push notifications*, na loja física, o jogo passa a ter como ganhador aquele que oferece a melhor experiência, ou seja, são lojas-conceito, em que não se busca conversão *in loco*, mas *awareness*, para que o retorno surja no sofá da casa do cliente, com ele de *smartphone* em mãos.

Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2018/03/28/o-uso-do-big-data-no-marketing-digital-conveniencia-ou-invasao-de-privacidade.html>>. Acesso em: 15 jul. 2018 (adaptado).

A partir das ideias apresentadas acima, redija um texto sobre o marketing digital nos dias atuais, que aborde os seguintes aspectos:

- mensuração dos dados atrelados ao comportamento do consumidor;
- segurança dos dados na rede, privacidade e conveniência.

(valor: 10, 0 pontos)

#### PADRÃO DE RESPOSTA

Em relação ao primeiro tópico, o estudante deve abordar em sua resposta:

- O *marketing* digital possibilita a mensuração dos dados e, com eles, torna-se possível realizar uma análise mais precisa/acurada do comportamento do consumidor.
- As plataformas digitais geram informações precisas e imediatas sobre os passos do consumidor no ambiente on-line, o que torna possível o rastreamento do seu comportamento. Dessa forma, é possível acompanhar os estágios e as etapas de compra do processo on-line, do tempo de escolha, produtos escolhidos e descartados, captando assim os desejos e as necessidades desse consumidor. Esse procedimento possibilita também ações futuras mais específicas e personalizadas da marca na conquista desse cliente.
- Através de procedimentos estatísticos, como a mineração de dados, e as informações fornecidas pela base de dados, é possível identificar perfis dos clientes, separar grupos (clustres) de consumidores e características. Com o cruzamento dos dados, há possibilidade de definir ações específicas para eles, como fidelização, ações e vendas.



Em relação ao segundo tópico, o estudante deve abordar em sua resposta:

- A questão da segurança e da privacidade dos dados na rede: explicitar que os dados utilizados devem ser autorizados (opt in) ou disponíveis em bases públicas, tais como sites de redes sociais. Lembrar que a segurança e a privacidade são pontos mais sensíveis para o consumidor, é onde o futuro profissional se coloca no lugar do próprio consumidor. Vendo-se consumidor, pode colocar-se de forma ética. Abordar a questão do vínculo entre empresa e consumidor. Quando o dado é fornecido diretamente para a empresa, entra a questão da confiança na marca, que estaria em risco caso fosse quebrada, publicizada ou vendida de formas não autorizadas.
- Sobre a conveniência: é possível direcionar ações comunicacionais em conformidade com as demandas do consumidor. A conveniência também pode ser abordada a partir dos interesses do consumidor, da economia de tempo e de deslocamento. Conveniência pode ser relacionada à questão da distribuição, da facilidade da compra e da velocidade do atendimento. Quando a compra é entregue em casa, o consumidor não precisa se deslocar até a loja. Consegue fazer pesquisas de preço com mais facilidade do que se for procurar loja de rua.

## QUESTÃO DISCURSIVA 05

---

Os desejos consumistas são estimulados diariamente por meio de propagandas e estratégias de vendas que tentam relacionar a compra a sensações de felicidade, bem-estar e realização pessoal. Aquele que não consome não se enquadra nesse modelo de vida e, por consequência, nessa sociedade.

Em contrapartida, nesse cenário, vem surgindo um novo perfil de consumidor, mais crítico e seletivo em suas escolhas, atento aos impactos que estas podem causar em sua vida e no meio ambiente. Esta forma de repensar o consumo recebe o nome de *consumerismo*, cujos fundamentos são a compra consciente e a seletividade, ao contrário do consumismo, que está diretamente relacionado ao impulso e à satisfação do desejo de possuir algo, sem que se considere a real necessidade da compra e os impactos que isso pode acarretar ao indivíduo e àqueles que o cercam.

Disponível em: <<http://portal.metodista.br/rpcom/noticias/2013/consumerismo-um-novo-olhar-sobre-o-consumo>>. Acesso em: 28 jun. 2018 (adaptado).

Com base no texto apresentado, descreva dois ambientes estudados na análise macroambiental para compreender o comportamento de consumidores cada vez mais críticos e seletivos. (valor: 10,0 pontos)

### PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve descrever duas das variáveis abaixo.

- Sociocultural: estudam o comportamento das pessoas, como vivem e o que precisam para viver melhor, seus valores e culturas.

- Econômica: A questão econômica entra aqui. O quanto a crise econômica impacta as decisões do consumidor. Dentro da limitação da sua verba, o que deixar de fora ou investir? O que é valorizado pelo consumidor em certas variáveis econômicas.

- Demográfica: a renda, o grau de instrução e o consumo familiar, dentre outros aspectos, podem influenciar o padrão de compra. Em momentos de crises ou de grandes transformações, esses perfis podem se transformar solicitando mudanças da própria marca. Criação de marcas do mesmo nome para outro grupo para que se tornem acessíveis a esses novos perfis.

- Legal: mudanças no ordenamento jurídico podem impactar o consumo e outros aspectos. Empresas podem ser fechadas, podem sofrer restrições de vender os produtos ao se tornarem não desejáveis para a sociedade, podem sofrer restrições em anúncios publicitários (por conta de faixa etária e outros fatores).

- Natural/ Ambiental: os consumidores podem considerar todos os impactos naturais, da produção ao descarte dos produtos e serviços. Começa-se a ter problemas com certificações, a demanda do consumidor em relação à consciência dos impactos no meio ambiente. Como ser sustentável e ao mesmo tempo lucrativo, se torna uma questão. O consumidor de baixa renda pode comprar produtos sustentáveis ou só uma elite pode pagar por isso?

- Tecnológica: a tecnologia da comunicação e da informação pode disseminar formas de consumo distintas. A mudança da tecnologia transforma modos de ver, de sentir, de perceber. Os hábitos são transformados. Um exemplo é o consumo de informação e entretenimento, que mudam totalmente com o streaming e com a internet.