

TESTE PARA PROCESSO SELETIVO DE ESTÁGIO EM REDES SOCIAIS

Instruções básicas:

- *As perguntas deste teste buscam avaliar sua criatividade e como você se portaria diante de situações que serão comuns em seu trabalho. Sendo assim, responda da forma que achar mais adequada. As respostas devem ser redigidas neste mesmo documento, logo abaixo das respectivas perguntas. São permitidos imagens, vídeos e anexos que contribuam para as suas respostas*

- 1) Considerando redes sociais de organizações defensoras de causas, como o Idec, quais as formas mais importantes de interação (engajamento) nas seguintes redes sociais, e por que? Responda de forma breve e resumida, em até cinco linhas de texto
 - a) **Facebook:** Os usuários do Facebook hoje são pessoas mais maduras, que têm interesse por debater e opinar sobre assuntos importantes, tendo isso em mente a interação com esses usuários deve ser contextualizada, para mostrar que a opinião dos mesmo importa e é levada em consideração na tomada de decisões da instituição.
 - b) **Instagram:** Enquetes nos stories, Reels e IGTV são as ferramentas que mais chamam atenção no Instagram pois sua forma de interação é mais dinâmica. Os vídeos sendo usados para transmitir informações e as enquetes para dar voz aos usuários.
 - c) **Twitter:** O twitter é a rede com linguagem mais descontraída que temos e para seguir esse padrão a ideia de inserir um personagem que represente o Idec para falar de igual para igual com os usuário. Algumas marcas já têm adotado essa tática e tem dado super certo, mas por ser uma instituição séria, poderíamos também interagir mais por meio de enquetes e rashes tags.
 - d) **YouTube:** Com o Youtube podemos investir em parceria com influenciadores dentro do nosso grupo de usuários e fazer lives, entrevistas e conteúdos informativos aos consumidores.
- 2) Você recebe a responsabilidade de desenvolver uma campanha nas redes sociais com o objetivo de coletar mil assinaturas para uma petição contra a liberação de

determinado agrotóxico pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). As mil assinaturas devem ser coletadas no menor tempo possível.

Considerando o cenário acima:

- a) Defina de forma breve e resumida quais estratégias você sugere para adotarmos, incluindo quais redes serão utilizadas (e o motivo pelo qual considera cada uma importante nesta campanha), público a ser atingido e ferramentas necessárias.

R: Para que a coleta de assinaturas tenha o resultado esperado é necessário investir em redes que o alcance é mais rápido e fácil como Instagram e Twitter. Uma vez com a petição pronta, vamos em busca dos internautas a quem aquela pauta interessa para que possamos fazer chegar até eles a informação. Outro modo de propagação dessa petição seria convidando um influenciador para divulgar a petição em suas redes sociais pedindo para que as pessoas assinem.

- b) Redija uma sugestão de post para cada uma das redes que você for utilizar, incluindo descrição/sugestão de imagens que acompanharão os textos.

R: Para que a campanha ganhe visibilidade os pontos principais são, uma boa imagem no centro da página que deixe explícito do que se trata a petição, um título grande e objetivo e o nome da pessoa ou instituição que será responsável pela resolução do problema.

Utilizar na composição a psicologia das cores tanto nas imagens quanto no título da petição é algo importante para direcionar o público a sensação exata que a petição quer trazer. No nosso exemplo, as melhores cores a serem utilizadas seriam o vermelho por trazer a ideia de urgência e importância ou o verde que está ligado a natureza.

Exemplo:

Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA)

**PROÍBA O USO DE AGROTÓXICO
PREJUDICIAL LIBERADO PELA ANVISA**

