

Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP¹

Adryan Kaike Fortaleza Alves MOREIRA²

Bryan José Ferreira de SOUZA³

Emanuel José Machado DUARTE⁴

Laércio Cruz ESTEVEZ⁵

Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

RESUMO

A Agência Experimental da Estácio FAP foi criada para proporcionar aos alunos de comunicação social um local de experimentação para que possam atuar na prática a teoria que lhes é ensinado em sala de aula. A agência fica encarregada da comunicação da instituição para o público interno e externo, atendendo também não somente a comunicação interna da instituição como clientes reais de fora da instituição. A Agência Experimental tem como seu principal objetivo estimular os alunos não apenas de reproduzir práticas tradicionais, mas a explorar novas possibilidades e soluções para atuarem o mais próximo de suas futuras profissões, para que possam se identificar cada vez mais com o curso que escolheram.

PALAVRAS-CHAVE: Agência; Experimental; Campanhas; Publicidade

1.INTRODUÇÃO

A Agência Experimental da Estácio FAP funciona como um laboratório, onde estudantes de Publicidade e Propaganda da instituição se unem em equipe, composta por alunos de comunicação e coordenadores e professores, para trabalhar como uma agência real, com clientes externos e o maior cliente, a própria instituição. Desse modo, a agência atende os “Jobs” internos, para o público interno, tanto acadêmico, quanto docente e colaborativo, criando assim uma boa caminhada de sua equipe, para o mercado externo, que o espera fora da faculdade.

Criada com objetivo de levar aos alunos da instituição Estácio FAP um espaço para produzirem bons trabalhos profissionais com orientação de professores coordenadores do espaço. A Agência experimental proporciona aos estudantes de Comunicação Social Publicidade e Propaganda, um espaço onde podem produzir e participar de campanhas e

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda Modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, e-mail: kayke25@hotmail.com

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Estácio FAP. Email: bryanf.pp@outlook.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: emanuelmachadod@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso Laércio Cruz Estevez, e-mail: laerciopublicidade@gmail.com

trabalhos publicitários vivem um pouco da visão mercadologia, somando novas experiências e troca de habilidades e informações do mundo publicitário.

A Agência, como uma empresa normal, está munida de bons materiais, necessários para a produção de seus trabalhos, como computadores com os programas essenciais, laboratórios e todos os equipamentos que ficam disponíveis aos seus membros.

Portanto, sua estrutura e a boa orientação da instituição servem de melhor aprendizado e preparação ao aluno que deseja entrar no mercado de trabalho, já bem qualificado e experiente, ponto forte para as empresas.

2 OBJETIVO

A Agência Experimental Estácio FAP tem como principal objetivo proporcionar aos estudantes de comunicação oportunidade de aplicarem na prática os conhecimentos adquiridos no curso, estimulando assim a formação profissional desde cedo com uma rica cultura “publicitária”, dando a eles possibilidade de seguirem uma boa carreira profissional com experiências que iram adquirir dentro da agência.

3 JUSTIFICATIVA

A proposta de se criar uma Agência Experimental dentro da instituição se justifica na realização de trabalhos de forma que os alunos estagiários e voluntários atuem em diferentes funções técnicas dentro de uma equipe de produção publicitária, como produções em VT publicitário e áreas de criação. Com objetivo de levar aos integrantes da Agência trabalhos para a possibilidade de atuarem na prática os conhecimentos adquiridos na sala de aula, sendo assim dando oportunidade aos alunos de participarem em grandes produções publicitárias.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

A Agência Experimental Estácio FAP desenvolveu campanhas de comunicação para eventos internos da instituição, contando com seus laboratórios específicos em sua estrutura interna, a equipe é organizada e orientada por um professor do curso. Os estagiários bolsistas e estudantes envolvidos em projetos voluntários são selecionados por uma

avaliação. Após serem aprovados são chamados por um período de 6 meses para desenvolverem na prática o que lhes é ensinado em sala de aula.

Cada aluno após ser aprovado em sua avaliação é selecionado para uma área específica, sendo elas: atendimento e planejamento, redação, direção de arte, mídia e produção. Embora dadas suas específicas áreas os alunos não ficam limitados a atuarem somente em sua área, mas sim, são livres para poderem desenvolver trabalhos em outras áreas, estimulando assim futuras habilidades.

Cada trabalho assumido pela agência é repasso para sua equipe que possui em seu processo de trabalho um bom planejamento, pra que cumpram com seus prazos de entrega de cada trabalho a ser realizado. As campanhas contam com uma estrutura interna que a instituição oferece como laboratórios de revelação, estúdio fotográfico, estúdio de imagem, estúdio de áudio e laboratório de ampliação. A agência oferece equipamentos específicos para cada trabalho a ser produzido, como computadores, câmeras fotográficas, gravadores, mesas de desenho entre outros que para uma boa produção com qualidade e eficácia.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Agência desenvolveu diversos projetos no ano de 2013, sendo alguns com grandes produções mais significativas, que serão descritos a seguir:

5.1 PRÊMIO FAP DE FOTOGRAFIA

5.1 VIRADA CULTURAL 2013

Virada Cultural é um trabalho interdisciplinar, onde os alunos são encarregados de formar equipes e trabalhar como agências. Com as agências formadas, os alunos escolhem uma apresentação cultural que levarão para um dia da Virada Cultural na instituição, e a partir daí farão toda a assessoria, como um cliente criando uma campanha, ensaios e organização do evento. Por isso uma “Virada Cultural”, onde são apresentadas bandas, danças, amostras de arte, música, stand-up, e muitos outros estilos em um único dia.

A identidade visual do cartaz produzido para a campanha levou o conceito do evento em sua produção, no qual a logo do evento era composta por diversos símbolos demonstrando assim as diversas atrações culturais que o evento trás.

FIGURA 01: CARTAZ VIRADA CULTURAL 2013



5.2 PREMIO FAP DE FOTOGRAFIA

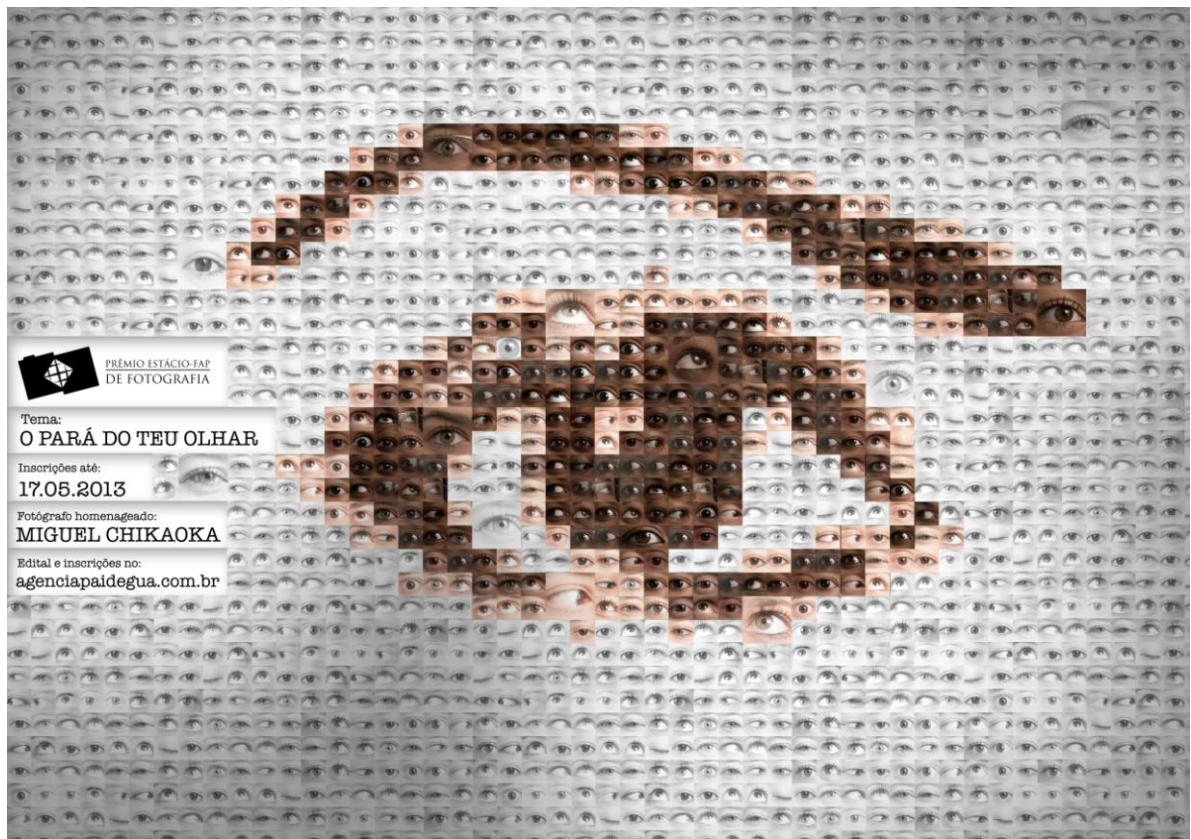
O Prêmio FAP de Fotografia é um evento que busca premiar e expõe trabalhos fotográficos de alunos da instituição. A campanha contou com uma produção de VT de divulgação do evento, e identidade visual para meios impressos e mídias digitais.

Essa campanha teve um VT produzido com uma técnica chamada “Bokee” (palavra japonesa que significa “desloque”) com imagens de ruas de Belém, brincando com a luz e as imagens que as luzes da noite da cidade produziam, as quais formavam o Logotipo da campanha: um olho, que representa todo o olhar de um fotógrafo, suas fotografias e sua imaginação.

A campanha recebeu uma identidade visual brincando com o olhar para a produção do VT e do cartaz. O VT mostra luzes que formam olhos, para chamar a atenção da técnica famosa, utilizada em fotografias, assim dizendo as informações do prêmio, assim também

usando várias imagens de olhos, que ao final, formam juntos, um grande olho, representando todo o conceito da campanha. O cartaz foca nos diversos olhares da imaginação do fotógrafo.

FIGURA 02: CARTAZ PRÊMIO FAP DE FOTOGRAFIA “O PARÁ DO TEU OLHAR”



5.3 SIMPÓSIO ACADÊMICO

O Simpósio Acadêmico é um ciclo de palestras que abrange todos os cursos da instituição o qual oferece para seus alunos diversos temas e discussões, levando conhecimentos e experiências vividas pelos palestrantes. Em 2013 a agência produziu e criou a campanha para o evento contou com uma identidade visual para ser usada em mídias impressas e online.

A arte usada buscou inspiração no universo visual inerente ao conceito da campanha, “tecnologia e inovação”. Assim, a imagem estilizada de uma lâmpada, representando conceitos como idéia, criatividade e inovação, fora produzido com elementos visuais que compõe o imaginário a cerca da tecnologia. Com Chips, leds e Placas. A cor

azul, segundo a psicodinâmica das cores, insere na arte a percepção de amplitude, necessária.

FIGURA 03: CARTAZ SIMPÓSIO ACADÊMICO 2013



A campanha contou com a VT viral baseado no experimento Máquina de Gutemberg. Preparado para mídias digitais, o VT aposta em um tom de humor que se distancia do resto da campanha, mas se adéqua as características deste nicho específico do publico alvo.

5.4 FUSCA (FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DE CRIAÇÃO AUDIOVISUAL)

Durante o segundo semestre de 2013, a agência experimental da Estácio FAP composta por seus integrantes se carregaram de produzir o curta-metragem de ficção para ser usado de VT de divulgação do evento FUSCA 2013 (Festival Universitário de Criação Audiovisual). A campanha contou com a produção do VT com estilo narrativo e com cenas

produzidas em laboratórios de gravação audiovisual, laboratórios de estúdio de áudio, realizados dentro da instituição Estácio FAP e com gravações externas pela região metropolitana de Belém, como residências, ruas e o espaço de treinamento da PM. A produção contou com o apoio de alunos da instituição, integrantes do Clube dos Fusqueiros do Pará e policiais do COE (Comando de Operações Especiais) que participaram como figurantes e colaboraram para a realização da produção.

O VT produzido fez um recorte de um suposto comentário caído nas redes sociais por um jovem gamer, sobre a possibilidade de uma bomba que está plantada em um fusca (veículo automotivo) deixando assim caos, medo e pânico pela cidade de Belém do Pará.

A campanha recebeu uma identidade visual toda produzida em uma paleta de cores inspirada em um movimento artístico chamado Pop Arte e como referências em artes minimalistas para a produção de banners, mídias digitais e impressas, tais como demonstradas abaixo (Figura 4)

FIGURA 04: CARTAZES FUSCA 2013 (FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DE CRIAÇÃO AUDIOVISUAL)



6 CONSIDERAÇÕES

A Agência Experimental Estácio FAP tem significado especial e essencial dentro da instituição, pelo fato de poder levar aos estudantes de comunicação da instituição a oportunidade de poderem experimentar um pouco do curso na sua prática, levando assim um grande estímulo com que eles se interessem cada vez mais pela futura profissão no qual irão atuar. Os trabalhos desenvolvidos dentro da agência levam para seus integrantes trabalhos sérios para que eles possam desenvolver habilidades e adquirir experiências para que no futuro possam possuir “cultura publicitária” para desenvolver grandes trabalhos após sua formação acadêmica.

Com objetivo de preparar profissionalmente a formação desses estudantes, grandes oportunidades lhe são oferecidas quando se desenvolve um bom trabalho, levando assim o estudante oportunidade desde cedo de conseguirem um espaço no mercado de trabalho. A agência tem o maior prazer de sempre incentivar está pratica de poder moldar, preparar e encaminhar seus bons integrantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda**. 6. ed. São Paulo: Futura, 2003.

DOMINGOS, Carlos. **Criação Sem Pistolão**. Rio de Janeiro: Negócio Editora, 2002.

GOMES, Luiz Salomão Ribas; PRESTES, Maíra Gomes. **A Experiência da Marca: Proposta de Metodologia para Identificação do DNA de organizações**. Disponível em <http://blogs.anhembi.br/congressodesign/anais/artigos/69556.pdf>, acessado em 23/02/2014.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

HOFF, Tania, LOURDES, Gabrielle. **Redação Publicitária**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.