

### **Portfólio Agência Laboratório massan-z 2013<sup>1</sup>**

Aline Nogueira Pedras MOREIRA  
Ana Paula Alves de OLIVEIRA  
Bruno Henrique Pinheiro de AZEVEDO  
Camila Acácio SANTOS  
Camila de Souza REIS  
Carla Eduarda de Alvarenga OLIVEIRA  
Carlos Alberto de OLIVEIRA  
Daniela Ferreira de Souza CAMPOS  
Emanuelly Freitas ROMÃO  
Emília Rodrigues dos Santos SÍRIO  
Fernando Rodrigues de BARROS  
Filipe Vieira de Souza RAMOS  
Gabriela Fernanda Silva GOMES  
Gleiciane Aparecida VEIRA  
Guilherme de Carvalho SILVA  
Gustavo Morais MENEZES  
Isabela Cristina de Souza Passos SILVA  
Jéssica Natali de Oliveira COSTA  
Júlia Antonia Alves de CASTRO  
Karen Daiane de Souza PAULA  
Leonardo Henrique Leite FREITAS  
Lorrayne Isabela CHAVES  
Lucas Alexandre Campos CHAVES  
Luísa Rafaella dos Santos PEREIRA  
Luiza Cheib HABIT  
Marcus Paulo Ribeiro dos SANTOS  
Marden Vinícius de Almeida FERREIRA  
Matheus Bruno Dos Santos GONÇALVES  
Matheus Lacerda FORTES  
Matheus Martins FERREIRA

---

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Júnior de Publicidade e Propaganda.

Naiade Seixas BIANCHI

Paula Raphaela Sales RODRIGUES

Priscilla Oliveira SANTOS

Rafael Douglas Gomes dos REIS

Rafael Lima da SILVA

Sarah Luíza Santos RODRIGUES<sup>1</sup>

Stephanie Lorraine Ribeiro Ferreira de PAULA

Tailene Fernandes GALDINO

Tamíris Lorena BARBOSA

Vinícius da Silva BOTELHO<sup>2</sup>

Eleonora Resck Exel Pitta CANCELAS

Lamounier Lucas PEREIRA JÚNIOR<sup>3</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

## RESUMO

Criada em novembro de 2001 para proporcionar e aprimorar o conhecimento prático dos acadêmicos do Centro Universitário Newton Paiva, a massan-z é a agência laboratório do curso de Publicidade e Propaganda que atua, sob suas particularidades, no mercado mineiro. Este trabalho visa apresentar e discorrer acerca das peças, intervenções, projetos e campanhas desenvolvidas pelos estagiários da agência no ano de 2013.

**PALAVRAS-CHAVE:** massan-z; agência laboratório; publicidade e propaganda.

## INTRODUÇÃO

A participação mineira no mercado publicitário é tímida. De acordo com o Ibope Monitor<sup>4</sup>, no ano de 2011, “foram investidos R\$3.428.247,00 em mídia em Belo Horizonte, representando um crescimento de 9,75% sobre 2010, quando foram negociados R\$3.123.490,00. A cifra corresponde a 4% do valor total movimentado no país.” Trabalhando com essa realidade, a massan-z assume seu tamanho nesse mercado igualmente reduzido e trabalham com demandas internas dos cursos de comunicação da

---

<sup>1</sup> Aluna líder, e-mail: sarahluizasr@hotmail.com.

<sup>2</sup> Alunos do Centro Universitário Newton Paiva

<sup>3</sup> Orientador do Trabalho. Docente do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: raoult@bol.com.br.

<sup>4</sup> SINAPRO-MG Disponível em

<[http://www.sinapromg.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=376:mercado-publicitario-cresce-16-em-2011&catid=1:noticias&Itemid=2](http://www.sinapromg.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=376:mercado-publicitario-cresce-16-em-2011&catid=1:noticias&Itemid=2)> Acesso em 14 de maio de 2012.

instituição, clientes externos de pequeno porte, demandas de parceiros, de clientes do terceiro setor e com aquelas geradas pela própria agência.

Uma agência de publicidade e propaganda lucra de forma dessemelhante a uma agência laboratório do mercado mineiro. Sendo assim, a massan-z, enquanto agência laboratório fica excluída de alguns benefícios, pois não tem em sua rotina de trabalho nenhuma função da área de mídia e, por isso, fica impedida de atender a clientes maiores que demandem uma campanha mais abrangente.

Cabe ressaltar que não é por falta de competência ou capacitação de seus estagiários e tampouco por falta de estrutura que a massan-z só atenda a clientes pequenos. Os clientes que a agência atende são de pequeno porte por disporem de pouca verba para investir em publicidade, o que limita a demanda.

Em Minas Gerais, há cerca de 300 agências de publicidade afiliadas ao CENP - Comitê Executivo de Normas Padrão. Entretanto, dessas 300, apenas 20 agências contêm mais de 30 funcionários, o que reflete um mercado altamente concentrado, repleto de agências de pequeno porte<sup>5</sup>. Enquanto uma minoria de agências de grande porte disputa as grandes contas publicitárias, advindas, principalmente, do poder público, *shopping centers*, indústrias de base e redes com matriz em Belo Horizonte, uma grande maioria de outras agências atendem a clientes de pequeno porte, com verba bastante reduzida. Diante deste cenário, para não competir com as agências profissionais do mercado mineiro, a massan-z, bem como todas as agências laboratório vinculadas a cursos de publicidade de Belo Horizonte, fizeram um acordo em somente atender a demandas internas das respectivas instituições de ensino, a clientes de responsabilidade social por meio de parcerias e a demandas reduzidas de clientes de pequeno porte que não tenham condições de arcar com os custos publicitários de uma grande agência.

---

<sup>5</sup> SINAPRO-MG Disponível em [http://www.sinapromg.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=376:mercado-publicitario-cresce-16-em-2011&catid=1:noticias&Itemid=2](http://www.sinapromg.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=376:mercado-publicitario-cresce-16-em-2011&catid=1:noticias&Itemid=2)> Acesso em 14 de maio de 2012.

## **OBJETIVO**

O objetivo da agência laboratório é proporcionar aos alunos a oportunidade de aplicar e expandir o conhecimento adquirido dentro da sala de aula, tornando-se assim mais capacitados para o mercado de trabalho. O objetivo deste *paper* é divulgar os trabalhos publicitários e ações desenvolvidas pela agência ao longo do ano de 2013.

## **JUSTIFICATIVA**

Nossa limitação em relação ao atendimento de clientes maiores é de ordem legal e ética, e o impedimento de realizarmos campanhas que envolvam, por exemplo, TV, *outdoor* ou rádio não nos impede de utilizar nossa ótima estrutura física e acreditar na capacidade e experiência dos estagiários, mesmo em peças gráficas como *folders*, cartazes, logotipos, identidade visual e papelaria.

Buscamos parceria com as agências profissionais e, por isso mesmo, não podemos prospectar clientes de porte maior, pois não é intenção da agência competir, e sim demonstrar para o mercado publicitário que formamos profissionais capacitados para ocuparem as vagas em suas agências. Sabemos também que o papel da agência é indiscutível na formação de alunos mais conscientes, aptos e preparados para o mercado de trabalho.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

32 PCs, 1 iMac, 1 Macintosh, 1 câmera fotográfica digital Canon, 44 materiais de referência, entre dicionários de língua portuguesa, dicionário de sinônimos, revistas, manuais e publicações. 10 guias de identidade visual, 18 catálogos de publicidade e propaganda, 19 caixas de materiais de referência, um armário cheio de *presentations* e 22 caixas de material de *back-up* dos 11 anos de massan-z. Parece e é muita coisa, mas tudo isso fica em um espaço de 60m<sup>2</sup>. Estrutura de primeira para uma pequena agência.

Os *softwares* não ficam para trás no quesito “estrutura de primeira”. A massan-z dispõe dos programas do pacote Adobe CS6 e Corel Draw. O Centro Universitário oferece, ainda, estúdio de rádio, ilha de edição de vídeo e monitores para auxiliar no suporte técnico.

Os estudantes de Publicidade e Propaganda que têm vontade de vivenciar o que é ser um massan se inscrevem, semestralmente, para o processo seletivo, podendo atuar nas áreas de: atendimento, operações, direção de arte, redação, web design, fotografia, produção gráfica, analista de mídias sociais, finalização e RTVC. São então formadas duas equipes com os candidatos mais promissores: uma para o período da manhã e outra para o período da tarde.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Os projetos desenvolvidos pela massan-z no ano de 2013 foram desde peças sobre datas comemorativas à divulgação de eventos.

Começaremos pelo Lançamento do Livro Opus Universitário.

**Cliente:** Opus Universitário

**Campanha:** Divulgação do Livro Opus Universitário

**Peças:** Livro e divulgação do lançamento

O projeto Opus Universitário foi criado em 2006 pela coordenação do curso de Publicidade e Propaganda da Newton Paiva. Opus Universitário é desenvolvido todos os anos pelo 6º período e tem como foco ONGs, OSCIPs, instituições, fundações e entidades do terceiro setor.

O objetivo é criar campanhas de responsabilidade social para clientes reais, geralmente ONGs, OSCIPs, instituições, fundações e entidades do terceiro setor. Todo esforço, dedicação e solidariedade de 12 edições do Opus Universitário estão estampadas nas páginas desse livro.

**Cliente:** Demandas de clientes de terceiro setor

**Campanha:** Campanha de Natal Novo Céu

**Peças:** Cartaz e cartão de natal.

A massan-z sempre atende clientes com cunho social e para o “Projeto Assistencial Novo Céu”, que atua na área de prevenção e promoção da saúde do portador da paralisia cerebral, bem como a seus familiares foi solicitado o desenvolvimento de cartaz que discorre sobre o projeto e dois cartões de natal.

**Cliente:** Demandas dos cursos de Comunicação

**Campanha:** Dia do Professor

**Peças:** E-mail marketing

Em comemoração ao Dia do Professor, 15 de outubro de 2013, os estagiários da massan-z criaram um e-mail marketing em comemoração ao Dia do professor. A peça contém uma frase do Coordenador da Escola de Direito do Centro Universitário Newton, Emerson Castro, que ressalta a importância do professor, remetendo ao *slogan* da Newton- “Você tem N motivos para não parar. Nós também.”.

**Cliente:** Demandas dos cursos de Comunicação

**Campanha:** Dia da Língua Portuguesa e da Cultura

**Peças:** E-mail marketing

A peça realizada pelos estagiários da massan-z para a comemoração do Dia da Língua Portuguesa e da Cultura, 05 de Maio, possui a silhueta de uma cabeça contendo diversas bandeiras de países que utilizam a língua portuguesa como língua mãe, acompanhado da frase do escritor Fernando Pessoa, poeta Português, “Minha pátria é a Língua Portuguesa”.

**Cliente:** Demandas dos cursos de Comunicação

**Campanha:** Dia Mundial dos meios de Comunicação

**Peças:** E-mail marketing

Para essa data, a massan-z pensou em abordar o fato da obsolescência dos meios de comunicação, foi utilizado como exemplo o telefone com fio, mas pode-se notar esse progresso desde o surgimento do tipo mecânico móvel para impressão, criado por Johannes Gutenberg até a sociedade contemporânea. “Os meios mudaram e evoluíram. “O objetivo é o mesmo.”, esta é a frase utilizada na peça.

**Cliente:** Demanda dos demais cursos, núcleos e agências da instituição

**Campanha:** Semana Jurídica

**Peças:** Adaptação de logotipo, e-mail marketing, cartaz e folder do evento

A II Semana Jurídica, organizada pelo curso de Direito da Newton Paiva, aconteceu dos dias 1º a 5 de Outubro de 2013, essa semana foi especial para o curso de direito, pois eles estavam comemorando 15 anos do curso. Foi encabido a massan-z redefinir o logotipo da I Semana Jurídica e adaptá-la para a II Semana Jurídica, criar cartazes de divulgação, banners nos auditórios do evento, júri simulado e para monografia. Foi feito também um email marketing e folder do evento com papelaria e eletrônico.

**Cliente:** Demanda dos demais cursos, núcleos e agências da instituição

**Campanha:** 10º Semana de Engenharias, Arquitetura e Sistemas de Informação

**Peças:** Cartaz

A 10º Semana de Engenharias, Arquitetura e Sistemas de Informação, organizada pelo Centro Universitário Newton, aconteceu dos dias 29 a 31 de Outubro de 2013. Nessas datas ocorreram palestras e debates com profissionais renomados, que discutiram sobre a atuação de cada área no mercado. Todos os eventos foram realizados nos Campus Buritis I e II Silva Lobo.

**Cliente:** Demandas de parceiros

**Campanha:** FIAT

**Peças:** Cartaz e e-mail marketing

Em parceria com a FIAT, o Centro Universitário Newton, promoveu um evento no qual 25 alunos sorteados foram contemplados com um curso de Direção Segura. O Evento foi realizado no Mega Space e os alunos que compareceram tiveram acesso a técnicas de pilotagem defensiva.

**Cliente:** Demandas de parceiros

**Campanha:** Link

**Peças:** Cartaz, e-mail marketing e fanpage

A agência de comunicação Link, fundada em 1988 é a maior no ramo corporativo de Minas Gerais. A Link além de obter vários segmentos na área de comunicação preocupa-se com o relacionamento da agência para com seu público alvo. A parceria entre os cursos de comunicação da Newton Paiva e a Link surge para preparar os alunos para o mercado de trabalho. O projeto Link com Novos Talentos se embasa no objetivo de se dar chances para que se obtenha alguma prática e experiência ao sair do ambiente acadêmico. Os alunos interessados poderão fazer a inscrição na massan-z e passarão por um processo seletivo, sendo assim encaminhados a Link, iniciando o estágio na agência que terá a duração de 2(duas) semanas. A agência ainda oferece a chance aos estudantes, de acordo com seu rendimento, de serem contratados como estagiários ou efetivos. A massan-z criará uma arte, que será utilizada no cartaz, email marketing e Fanpage, para a divulgação do Projeto Link com novos talentos dentro dos cursos de comunicação oferecidos pela Newton Paiva.

**Cliente:** Demandas geradas pela própria agência

**Campanha:** Páscoa

**Peças:** Mídias Sociais

Em época de páscoa, os adultos são tomados pela nostalgia. Ao presentear crianças com chocolates estamos alimentando seus corações com esperança, pensando nisso os estagiários da massan-z criaram uma peça simbólica remetendo ao sentimento que tinha na infância.

**Cliente:** Demandas geradas pela própria agência

**Campanha:** Ano Novo

**Peças:** E-mail marketing

A massan-z desenvolveu um cartão anunciando para os alunos e funcionários do Centro Universitário Newton. A mensagem foi escrita como se o ano fosse alguém que estivesse se despedindo e anunciando a chegada de um novo ciclo.

**Cliente:** Demandas geradas pela própria agência

**Campanha:** Projeto Umbigo massan-z

**Peças:** *Banner* para ação na faixa de pedestre, cartaz para salas de aula, cartaz para cavalete nas vagas de deficientes, cartões postais para sacos de lixo, peças para mídias sociais, placas para garagem, cartão portal para motos, saco de lixo e selo “caroneiro”

O Projeto Umbigo tem o propósito de fazer com que a comunidade acadêmica volte seu olhar para além dos muros do Centro Universitário Newton, promovendo maior interação entre faculdade e comunidade. Nesta edição a proposta é conscientizar a vizinhança e alunos da Universidade sobre a segurança e os problemas no trânsito, fazendo-os repensar as atitudes do dia a dia e seu papel no cumprimento das leis de trânsito.

**Cliente:** Demandas de clientes externos

**Campanha:** Alfajori

**Peças:** Criação do nome, *flyer*, cartão de visita, *banner*, cartazes, *slogan*.

O restaurante Alfajori solicitou a massan-z toda a criação, desde nome, slogan até o material de divulgação interna do local. A proposta foi criar o material de lançamento do restaurante Alfajori, localizado em Belo Horizonte na Rua Viçosa, nº 59 bairro Savassi, que servia pratos executivos e self-service Gourmet.



## CONSIDERAÇÕES

A massan-z vem cumprindo seu papel educacional, proporcionando aos seus estagiários uma vivência real no mercado publicitário, atendendo a clientes dos mais variados ramos de atividades, com públicos e propostas diversas. Além dos 10 clientes selecionados para compor este portfólio, segue abaixo quadro com resumo de todos os trabalhos realizados pela agência no ano de 2013.

**QUADRO 1** – Clientes atendidos pela agência em 2013

<b>Março</b>	<p><b>Clientes Internos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dia Internacional da Mulher;</li> <li>- Dia Mundial do Consumidor;</li> <li>- Dia Mundial da Terra;</li> <li>- Páscoa;</li> <li>- Dia Nacional da Poesia;</li> <li>- Fim do MSN;</li> <li>- Dia do Propagandista;</li> <li>- Dia internacional da Síndrome de Down;</li> <li>- Dia do Mala sem Alça.</li> </ul> <p><b>Clientes Externos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manacá.</li> </ul> <p><b>massan-z:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projeto Umbigo;</li> <li>- Projeto Tá ligado;</li> <li>- Redes Sociais;</li> <li>- Web rádio Sintoni-Z;</li> <li>- TV-Z;</li> <li>- Banco de Vozes.</li> </ul>
<b>Abril</b>	<p><b>Clientes Internos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ASCOM- Elaboração de Currículo;</li> <li>- Dia da Língua Portuguesa e da Cultura;</li> <li>- Projeto Link;</li> </ul> <p><b>massan-z:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesquisa Web rádio Sintoni-Z</li> <li>- Portfólio</li> </ul>
<b>Maiο</b>	<p><b>Clientes Internos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revista Comunicação e Cidadania;</li> <li>- Dia das mães</li> <li>- Gincana Ajudando e Aprendendo;</li> <li>- Semana da Arquitetura/Engenharia/Sistemas de Informação;</li> <li>- Dia Mundial dos Meios de Comunicação;</li> <li>- ASCOM- Oficina elaboração de currículo.</li> </ul> <p><b>massan-z:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- MassanCast.</li> </ul> <p><b>Responsabilidade Social:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Novo Céu.</li> </ul>
<b>Junho</b>	<p><b>Clientes Internos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dia dos namorados;</li> <li>- Ação Social;</li> <li>- Projeto Cursos;</li> <li>- Expocom Regional;</li> <li>- Campanha do Agasalho.</li> </ul> <p><b>Clientes Externos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toscana Forneria Pizzas e Sobremesas Gourmet.</li> </ul>

<p><b>Agosto</b></p>	<p><b>massan-z:</b>  - Projeto Massan Cast;  - Projeto Umbigo;  - Projeto Faça acontecer;  - Web Rádio Sinton-z;  - Tá Ligado Sexo Seguro;  - Tá Ligado Adoção;  - Faça Acontecer.  <b>Cientes Internos:</b>  - Opus Universitário – 15ª edição.</p>
<p><b>Setembro</b></p>	<p><b>Cientes Internos:</b>  - Dia do Biólogo;  - Dia do Administrador;  - Dia das Relações internacionais;  - Dia do Turismólogo;  - Dia do Idoso;  - Dia do profissional de Secretariado;  - Projeto Para Ler Jornal;  - Projeto Nem on, nem off;  - 8º Contato;  - Revista comemorativa dos 40 anos de curso de RP.  - Expocom Nacional.  <b>massan-z:</b>  - Projeto “Tá ligado”;  - Operação Carrapato;  - Projeto Mão na Massa;  - Projeto Massan Cast;  - Campanha Banheiros;  - Cartilha Np4.</p>
<p><b>Outubro</b></p>	<p><b>Cientes Internos:</b>  - Projeto Arte Ativada, Agerp;  - Curso de formação de Mestre de Cerimônias;  - Dia do professor;  - II Semana Jurídica;  - Ação Social + Bazar Sustentável;  - Semana da Saúde;  <b>massan-z:</b>  - Campanha do uso racional dos banheiros;  - Organização da 3ª Ação Social Newton.</p>
<p><b>Novembro</b></p>	<p><b>Cientes Internos:</b>  - Semana da Gestão;  - Revista Newton;  - Projeto Comportamento e Atitude;  - Revista Ágora.</p>
<p><b>Dezembro</b></p>	<p><b>Cientes Internos:</b>  - Apresentação Opus Universitário;  - Cartão de Ano Novo.  - Projeto Newcine Social.  <b>massan-z:</b>  - Projeto Faça Acontecer.  <b>Responsabilidade Social:</b>  - Novo Céu.</p>

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SINAPRO-MG. Disponível em  
[http://www.sinapromg.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=376:mercado-publicitario-cresce-16-em-2011&catid=1:noticias&Itemid=2](http://www.sinapromg.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=376:mercado-publicitario-cresce-16-em-2011&catid=1:noticias&Itemid=2)> Acesso em 14 de maio de 2012.