



Portfólio da Agência Universitária de Publicidade e Propaganda (AUPP) UNISANTA¹

Larissa Barbosa DUARTE²

Renata ALCALDE³

Universidade Santa Cecília, Santos, SP



RESUMO

A Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da UNISANTA foi inaugurada no ano de 2004 e atende a demanda interna gerada pela Instituição, tanto em nível administrativo como prestando serviços para outros cursos ou faculdades, em divulgação de eventos, cursos de extensão e outras situações que exijam um profissional de publicidade e propaganda. Também desenvolve campanhas de cunho social, que tanto podem materializar-se em forma de campanhas educativas para a sociedade, ou no auxílio às instituições filantrópicas.

PALAVRAS-CHAVE: agência; portfólio; comunicação; UNISANTA.

INTRODUÇÃO

A maioria das Universidades que oferece o curso de Publicidade e Propaganda sabe o quanto é importante oferecer aos alunos um laboratório que os “desenvolva” como profissionais, um espaço que materialize os conceitos aplicados em sala de aula e que resulte na segurança que eles precisam para enfrentar o mercado de trabalho.

2 OBJETIVO

A Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da UNISANTA (AUPP) tem como objetivo incentivar os alunos à prática da profissão capacitando-os para o mercado de trabalho.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

² Aluna líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: lari.duarte@bol.com.br.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: realcalde@terra.com.br.



3 JUSTIFICATIVA

É fato que num curso de Comunicação, a prática da profissão se faz necessário. A UNISANTA precisava atender a demanda de serviços gerada por todos os cursos que oferece e viu nesta proposta a oportunidade de atender a todos e ainda promover o curso de publicidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Acessos e consultas em sites, orientação de professores no horário de funcionamento da agência, consultas bibliográficas e encontros personalizados com profissionais do mercado local e de São Paulo, são algumas das ferramentas utilizadas para fundamentar todos os trabalhos desenvolvidos pela Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da UNISANTA.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A entrada dos estagiários acontece por meio de uma Entrevista oral e escrita para observar aptidões, disponibilidade e responsabilidade do aluno. A agência funciona das 14h às 18h e este período de estágio em hipótese alguma coincide com o horário de aula proposto pelo curso. A cada semestre, quando necessário, novas vagas são oferecidas nas áreas de Atendimento, Planejamento, Direção de Arte, Redação e Mídia.

A agência desenvolve: Logotipos; Folders; Cartazes; Malas diretas; Anúncios; Outdoor; Mídias alternativas e Texto para rádio e TV, dentre outros.

Foram vários *jobs* criados, porém, a seguir apresentamos o raciocínio criativo de cada peça inscrita nesta modalidade (Expocom/Publicidade/Agência Jr.)

Oficina Gapa de Curtas

O projeto GAPA tinha como meta estimular a produção de um curta-metragem que seria feita por jovens, abordando o tema do HIV.

O raciocínio criativo foi unir o termo Longa Metragem com a idéia de vida longa. A partir daí foi criado o sub-título: “Buscando vidas de longa-metragem”. Na imagem utilizamos nomes já consagrados de artistas que faleceram deste vírus para mostrar que qualquer um está sujeito à contaminação.



Projeto Ecomanage

O Projeto Ecomanage era focado na preservação de zonas de estuário e manguezais e como o próprio nome diz, é um gerenciamento do meio-ambiente.

Associamos o trabalho do Ecomanage com a vida humana. A silhueta de uma mulher grávida pode ser identificada como a mãe natureza e em seu útero estaria nosso planeta.

Fest'up

O Festival Universitário de Propaganda é promovido pela APP e propõe o encontro entre os mais conceituados profissionais da área e alunos de Publicidade de todo o Brasil. Dentro deste evento existe um concurso que incita os alunos a criar um cartaz que seja usado para divulgação do evento do próximo ano.

Era preciso criar a campanha a partir do cartaz vencedor deste concurso, que, no ano em questão, tinha como apelo visual uma banana e a frase: Cresça e Amadureça.

A proposta da agência universitária (AUPP) foi criar personagens (frutas) com características próprias, que estariam vestindo roupas de casca de banana para entrar no Fest'up, e o título “Ninguém vai desperdiçar essa chance”.

Galeria de Anúncios

É um evento que acontece anualmente onde os alunos expõem seus trabalhos e são analisados por vários profissionais do mercado de Santos e do mercado de São Paulo, que escolhe o autor do melhor trabalho para passar um dia em sua agência.

Em cada ano a galeria adota um tema. Levando em consideração que o Galo é o símbolo da propaganda e que os alunos ainda não estão 100% preparados, adotamos para este evento o “pintinho” como mascote, retratando o publicitário em formação.

No ano de 2008, o tema da galeria foi sustentabilidade, então foi criado um pintinho com traje botânico e o título: “Plantando idéias no planeta”

Projeto Remangue

Trata-se de um projeto responsável pela manutenção de viveiros de mangues, garantindo a proliferação de uma espécie de planta muito importante para a vida aquática e de populações ribeirinhas.

A intenção foi recriar um pouco do cenário do mangue, um logotipo e uma muda, que representa a proliferação dos manguezais em viveiros, e o título: “Vida nova ao mangue”, mostrando que o projeto estava realmente comprometido com a manutenção da vida.



I Encontro do Jovem Protagonista

O Projeto Jovem Protagonista consistia em um evento com a finalidade de orientar o jovem na carreira profissional, por meio de palestras e cursos.

Através do título: “Você pode ser o que quiser”, buscamos ressaltar para os estudantes a grande variedade de oportunidades de carreiras que ele pode seguir e que tudo dependeria de suas escolhas.

JAT - Jornada de Atualização Tecnológica

O JAT é um evento do curso de Ciência da Computação, na qual são feitas palestras sobre as maiores inovações tecnológicas do ano.

Para o evento do ano de 2008, tomamos por identidade visual, um cubo mágico com aspecto digital que solta suas peças, caracterizando as 3 dimensões (3 D) e ao mesmo tempo a interatividade, pois são elementos muito conhecidos no mundo da informática.

Empregamos o título: “desfragmente suas dúvidas”, por ser uma famosa ferramenta dos computadores que tem como função garantir o melhor desempenho do mesmo, portanto, afirmando aos estudantes que o evento é uma forma de otimizar conhecimentos e esclarecer dúvidas.

6 CONSIDERAÇÕES

Além da aprovação de todos os “clientes/cursos” que solicitaram cada trabalho apresentado, apresentamos resultados/depoimentos que comprovam o comprometimento e profissionalismo da agência.

O primeiro depoimento é do Prof^o Dr. Fabio Giordano - Coordenador do Núcleo de Pesquisas Ambientais na UNISANTA,

É com grande prazer que testemunho minhas melhores referências ao excelente trabalho feito por esta agência universitária, de jovens talentos da Publicidade e Propaganda. Ainda permanecem em nossa memória visual as brilhantes peças publicitárias que a AUPP desenvolveu no ano de 2008, para os projetos que coordeno aqui na UNISANTA - O Núcleo de Pesquisas Ambientais. O Projeto Ecomanage foi um projeto para o estudo do impacto ambiental nos estuários de três locais da América Latina desenvolvido entre 2004 e 2008, em parceria com dez instituições de 6 países. Financiado pela Comunidade Européia, esteve presentes ao encontro os representantes: Dr. Job Baretta-NL; Dr. Ramiro Neves-PT e o Dr. Enrico Feoli-IT, que cogitaram a possibilidade da imagem criada para



o encontro pela equipe da AUPP-UNISANTA, ser usada como capa do livro de encerramento do projeto, de tão bela que era. Já o Projeto Remangue foi um projeto de recuperação ambiental de manguezais no estuário de São Vicente-SP. Financiado em 2008/2009 pela Petrobras e desenvolvido por alunos professores e voluntários da comunidade, que com o apoio da AUPP-UNISANTA, ganhou uma série de folders, banners institucionais, que realçaram ainda mais a beleza e a importância de preservarmos este ecossistema. É por este motivo que recomendo e digo parabéns aos jovens criativos da AUPP-UNISANTA pelo carinho e dedicação ao meio ambiente. A natureza agradece!”

Letícia Mendes Ribeiro – Presidente do Diretório Acadêmico do Curso de Fisioterapia da UNISANTA afirma que

De um conceito visual até uma simples frase de impacto, a AUPP em nenhum momento falhou ou mostrou desinteresse em relação aos jobs pedidos. Quem passa por ela, com certeza tem um futuro brilhante! Ali dentro, tem publicitário de verdade.

O Diretor da FaAC – Faculdade de Artes e Comunicação da UNISANTA, um grande incentivador da Agência no que diz respeito ao aprimoramento de sua infra-estrutura e da capacitação dos estagiários e orientadores que a compõem diz:

A Agência Laboratório de Publicidade da UNISANTA consiste em uma importante atividade complementar destinada à prática, pelos alunos do curso, das atividades inerentes à produção publicitária. Além de possibilitar o aprimoramento do aprendizado em sala de aula, a atividade permite também que os alunos desempenhem tarefas que contribuem para a divulgação interna, iniciativas institucionais e de caráter social. Demonstra, igualmente, grande vocação para ampliar sua capacidade de atendimento e de estimular a participação cada vez maior dos alunos do curso.

Sobre um dos eventos promovidos pelo curso, a Galeria de Anúncios, Mauricio Washington – Sócio/Diretor de Criação da Agência é! Propaganda – Santos/SP e participante ativo da Banca Examinadora de trabalhos atesta



A Galeria de Anúncios da UNISANTA permite a nós, que estamos no mercado, conhecer o trabalho de quem vem por aí. Os alunos que participam sabem que precisam dar o seu melhor, pois já na Galeria irão expor para os que vão receber seus currículos e pastas em breve. Participar da votação é quase a mesma coisa que selecionar um futuro funcionário. Acho fundamental apoiar quem promove esse tipo de trabalho para os universitários que trabalharão na renovação das idéias da nossa profissão.

A Unisanta e a Faculdade de Comunicação acreditam que a agência sirva para, além da capacitação específica de seus alunos que, durante o estágio, descubrem suas melhores habilidades e competências, como um trampolim para o mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COORÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda** (Contato Imediato). São Paulo: Ed. Global, 2004.

GOODRICH, William B. **Praticando o planejamento de mídia**. São Paulo: Ed. Nobel, 2001.

MARTINS, Zeca. **Redação publicitária: a prática na prática**. São Paulo: Ed. Atlas, 2003.

RIBEIRO, Júlio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Ed. Atlas, 1989.

TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de Mídia**. São Paulo: Ed. Pearson, 2006.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z**. São Paulo: Ed. Edicon, 2002.

Anuário de Mídia 2007/2008

32º Anuário do Clube de Criação de São Paulo.

Revistas “**Propaganda**” e “**Marketing**” (Ed. Referência)