



Portfólio da Agência Experimental de Comunicação Integrada - UNIMONTE¹

Bárbara de Souza SANTOS²

Renata ALCALDE³

Centro Universitário Monte Serrat - UNIMONTE, Santos, SP

RESUMO

A Agência Experimental de Comunicação Integrada da UNIMONTE foi inaugurada no ano de 2006 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; Unimonte

INTRODUÇÃO

A Era da Informação fez com que a comunicação se tornasse uma das principais ferramentas no posicionamento de empresas, marcas, produtos e serviços, além de fomentar a conscientização das pessoas diante de fatos que contextualizam a sociedade.

Diante do que conhecemos como Globalização, percebemos o crescimento contínuo de um mercado de trabalho que busca profissionais da área da publicidade que resolva problemas e maximize oportunidades de negócios para o cliente em questão. Daí, a percepção das Universidades em oferecer durante a graduação espaços laboratoriais que preparem o aluno para este cenário tão competitivo e desafiador.

2 OBJETIVO

A Agência Experimental de Comunicação Integrada da UNIMONTE 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 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: barbara.santos@unimonte.br.

³ Orientadora do trabalho. Coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: renata.alcalde@unimonte.br



3 JUSTIFICATIVA

A Unimonte é gerida pelo Grupo Anima de Educação que, por sua vez, é atendido pela Monte Cristo, agência de Comunicação de SP. Esta agência cuida de todas as campanhas institucionais de todas as Universidades do Grupo. Neste contexto, entra a Unimonte que é atendida também pela Éh Propaganda (agência local – responsável pela finalização de peças e tráfego junto aos veículos). Porém, diante da demanda de atividades promovidas pela Unimonte, a agência Experimental de Comunicação Integrada funciona como uma extensão da MARCORP (departamento de Marketing, Comunicação e Relações Externas e Internacionais). Além disso, e tão importante quanto todos os pontos levantados, a Agência faz parte do projeto pedagógico do curso que visa a aplicabilidade de conceitos gerando profissionalismo e, conseqüentemente um nível de empregabilidade elevado.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Orientação de professores no horário de funcionamento da agência, acervo bibliográfico, visitas de profissionais do mercado regional e de SP, consultas em sites, revistas, periódicos e anuários são alguns métodos e técnicas utilizadas para o fundamentar os Jobs desenvolvidos pela agência.

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. O horário de estágio em hipótese alguma coincide com o horário de aula proposto pelo curso. A cada semestre, quando necessário, novas vagas podem ser oferecidas.

As áreas oferecidas são: Atendimento; Planejamento; Direção de Arte; Redação; Mídia.

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

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



Arte – FAMS – Fundação Arquivo e Memória de Santos

Raciocínio Criativo:

Trata-se do programa “projeto memória - história oral” que tem como objetivo colher depoimentos de personalidades e cidadãos comuns que viveram na época áurea do centro histórico de Santos. Criamos o logotipo fazendo uma alusão a um balão de histórias em quadrinhos. Os depoimentos foram colhidos em formato de vídeo. Fundo sépia porque remete ao passado

Arte - Krato

Raciocínio Criativo:

Campanha desenvolvida para a academia Krato.

Objetivo: prospecção de alunos para matrículas no horário do almoço (imagem do garçom) enfatizando a oferta. Os aspectos verbais e não verbais utilizados buscam reforçar aspectos gastronômicos.

Arte - SECOM

Raciocínio Criativo:

Campanha desenvolvida para a Semana de Comunicação da UNIMONTE.

O Iphone é a figura principal da arte, pois representa a tecnologia 3G que vivemos hoje em meio à comunicação mundial. Criamos uma arte interativa estreitando relacionamento com o aluno, atraindo-o e persuadindo-o através dos ícones visuais expostos no cartaz.

Arte - IV Congresso Brasileiro de Publicidade

Raciocínio Criativo:

Campanha solicitada pela APP (Associação dos Profissionais de Propaganda de São Paulo).

O objetivo era expressar o apoio da APP ao IV Congresso Brasileiro de Publicidade.

O título faz menção à dimensão do evento que por sua vez, era esperado pelo mercado, reconhecido pela APP e aprovado pelo público.

Arte - II Galeria de Anúncios

Raciocínio Criativo:

Campanha desenvolvida para o Curso de Publicidade e Propaganda da UNIMONTE.

A “Galeria de Anúncios” é uma exposição de anúncios fictícios desenvolvidos por alunos, na qual profissionais renomados premiam os melhores trabalhos. Considerando ser o galo o



ícone que representa a propaganda, propomos o “pintinho” como mascote da Galeria uma vez os alunos serem talentos em evolução. Este evento favorece o encontro entre o mercado regional, o mercado de SP e os alunos da Instituição gerando estágios e oportunidades de emprego. A cada ano a Galeria explora um tema. No ano de 2008 exploramos o “pintinho mochileiro” que representa muito bem o aluno de Publicidade que explora, navega (internet) e viaja para todos os cantos do mundo em busca de tendências e criatividade. O título afirma que não existe fronteira para a criatividade.

Arte - O Virtual - Jornal laboratorial online

Raciocínio Criativo:

Cartaz A3 para divulgação do jornal laboratorial online da Universidade UNIMONTE.

Por ser um jornal na WEB a imagem ilustra o jornal saindo de dentro do computador. Os *brushes* e a textura de metal remetem à tecnologia e à inovação.

Arte - Passarela Novos Talentos

Raciocínio Criativo:

Cartaz A3 divulgando o desfile promovido pelo Curso de Moda da Instituição.

O objetivo era expor as roupas desenvolvidas pelas alunas do curso de moda. A imagem remete a presença do *shape* de uma modelo transmitindo a idéia de que dentro do projeto a modelo pode ser qualquer pessoa e a ambientização do local dá a idéia de não sofisticação, de algo despojado.

Arte - Avaliação Institucional

Raciocínio Criativo:

Cartaz A3 para impulsionar o aluno para participar da avaliação institucional Universidade via internet. Com o processo de desconstrução do logotipo da UNIMONTE apresentamos a avaliação institucional como algo que está literalmente nas mãos do aluno e funcionários.

Arte- Coffee Business

Raciocínio Criativo:

Convite desenvolvido para o curso de gastronomia, com o objetivo de promover o curso e também para formalizar o evento realizado pelos alunos. Formato: cartão postal.



Arte - Nick's English Centre

Raciocínio Criativo:

Flyer desenvolvido para a Escola de Inglês Nick's em parceria com a UNIMONTE, com o objetivo de divulgar o curso de Inglês e os preços acessíveis para alunos, professores e funcionários. A proposta visual é lúdica e condizente com elementos que despertam a atenção do *target* em questão

Arte – Logo programa Risco Zero “Estrada”

Raciocínio Criativo:

Identidade visual desenvolvida para o programa Risco Zero criado pela empresa de transportes “Estrada”. O personagem faz alusão ao funcionário da empresa cercado de todos os elementos que juntos “constroem” o logotipo da empresa.

Arte – Fique de Olho

Raciocínio Criativo:

Cartaz desenvolvido para alertar os alunos quanto ao prazo das adaptações a serem cursadas. O apelo é “puro design” e a linguagem somatiza vários recortes.

Arte – Cartaz Cantinas UNIMONTE

Raciocínio Criativo:

Cartaz desenvolvido para divulgar as cantinas dos três campi da Instituição e torná-las conhecidas entre os alunos. O cenário ilustra um balcão de cantina com lanches e guloseimas compondo algumas opções que as cantinas oferecem. Utilizamos fusões de fotografias para despertar o apetite dos alunos.

Arte – Arraiá UNIMONTE

Raciocínio Criativo:

Cartaz desenvolvido para divulgação da confraternização entre alunos, professores e funcionários da UNIMONTE. Fundo de “palha”.

Arte – Animal Bonito é animal Solto

Raciocínio Criativo:



Folder desenvolvido para o curso de Veterinária em prol da conscientização da exportação e compra ilegal de animais Silvestres que são tidos como animais de estimação. A arara foi utilizada por ser um animal genuinamente brasileiro e com provável ameaçada de extinção.

Arte – Logo Márcio Sépia “Bloganda”

Raciocínio Criativo:

O Bloganda é um site criado pelo publicitário André Porto Alegre e tem como proposta atualizar os alunos de Publicidade provenientes de várias Instituições de Ensino sobre o que acontece no mercado. Márcio Sépia que faz alusão ao publicitário Marcelo Serpa e é um personagem do Bloganda que, em forma de tirinhas satiriza histórias que acontecem no ambiente universitário.

Arte – News “No ar UNIMONTE”

Raciocínio Criativo:

News desenvolvida para o Clube do Conhecimento que oferece cursos de extensão para o público interno da UNIMONTE e para o público externo.

Arte – News curso de Publicidade e Propaganda e Rádio e TV

Raciocínio Criativo:

News desenvolvida para prospecção de alunos via Orkut, expondo os diferenciais dos cursos.

Arte – Papel de parede para a Rádio Virtual Tribo

Raciocínio Criativo:

Trata-se da divulgação da Rádio Online proposta pelo curso de Jornalismo. A arte foi concebida valorizando e misturando aspectos modernos e antigos. A proposta era a reflexão de que “quem não conhece o passado não entende o futuro”.

Arte – Campanha Fest’up (Festival Universitário de Propaganda)

Raciocínio Criativo:

Campanha desenvolvida para concorrer à divulgação do 20º Fest’up. Dentro deste evento existe um concurso que incita os alunos a criar um cartaz que seja usado para divulgação do evento do próximo ano. O desafio desta campanha era criá-la a partir do cartaz vencedor que, no ano em questão, tinha como apelo visual uma banana e a frase: Cresça e Amadureça. O Sabemos que quando enrolamos uma banana no jornal ela amadurece mais rápido. Partindo



deste princípio consideramos que o jornal representaria o evento e a banana o aluno que vai ao Fest-Up para amadurecer conceitos e ganhar conhecimento.

Arte – Campanha Clube do Conhecimento

Raciocínio Criativo:

O Clube do Conhecimento é um produto oferecido pela Unimonte que oferece cursos de extensão para o público interno e externo.

O briefing pedia que encontrássemos um ícone que pudesse trabalhar as três vertentes oferecidas: cursos de extensão, *in company* e cultural. Surge então, o cubo mágico, um clássico do quebra cabeça inteligente, uma forma dinâmica de mostrar que o seu futuro é você quem monta. O objetivo era associar o cubo mágico com o perfil de cada público.

Cursos de Extensão: propomos o conceito de Conhecimento Alternativo que representa o dinamismo, os 360° que o aluno tem para explorar em sua vida na busca pelo conhecimento.

Cursos In Company: propomos o conceito de Conhecimento Personalizado que representa a estratégia, o lado matemático para chegar aos resultados positivos.

Cursos Culturais: propomos o conceito de Conhecimento por Prazer que representa o fechamento do ciclo. Um novo espaço físico também foi proposto. Uma sala com aspecto de clube, tematizada e no formato de cubo. Além das peças criativas, a agência desenvolveu todas as ações que deveriam ser realizadas para que o novo Conceito do Clube fosse efetivado. Ou seja, um trabalho de Comunicação e Marketing completo e aprovado.

6 CONSIDERAÇÕES

Além da aprovação de todos os “clientes/cursos” que solicitaram cada trabalho apresentado, acreditamos que todos os alunos que estagiam na Agência Experimental de Comunicação Integrada conseguem ter uma visão 360° do mercado e sentem-se seguros nas entrevistas que fazem quando saem em busca de um emprego. A UNIMONTE percebe a agência como parte essencial do projeto pedagógico do curso, como um espaço que, literalmente, prepara o aluno e como um laboratório que contribui de forma efetiva para a realização de campanhas internas.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBAN, Arnold M; CRISTOL, Steven M; KOPEC, Frank J. **A essência do planejamento de mídia: um ponto de vista mercadológico**. São Paulo: Business & Economics, 2001.
- CARRASCOZA, João Anzanello. **Do Caos à Criação Publicitária**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2008.
- DORDOR, Xavier. **Mídia/ Mídia Alternativa**. São Paulo: Editora Nobel, 2007.
- FIGUEIREDO, Celso. **Redação Publicitária: Sedução pela palavra**. São Paulo: Ed. Cengage Learning, 2005.
- GRAÇA, Márcio. **Criação**. São Paulo:LCTE Editora, 2008.
- GRAÇA, Márcio. **Mídia**. São Paulo: LCTE Editora , 2008.
- MATHIAS, Washington Franco. **Projetos – Planejamento, Elaboração e análise**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.
- MORAES, Denis De Planeta. **Mídia: Tendências da Comunicação na Era Gl**. 1.ed. São Paulo, 1998.
- SAMPAIO, Rafael. **Planejamento de Marketing**. Rio de Janeiro: Editora Prentice Hall, 2008.
- STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidade visual para marcas de sucesso**. 3.ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.
- TAMANAHA, Paulo. **Planejamento de Mídia: Teoria e Experiência**. Rio de Janeiro: Editora Prentice Hall, 2006.

Revistas:

- APP 70 anos**. Editora Referência, 2008
- Revista Marketing**. Editora Referência, 2006, 2007, 2008 e 2009
- Revista Propaganda**. Editora Referência, 2006, 2007, 2008 e 2009
- Administração**. Editora Atlas, 2008 e 2009
- 4º Prêmio de mídia Estadão**. São Paulo: Estadão, 2001
- LEMOS, Alexandre Zoghi. **The Hot About Tops – Portfólio 2005/2006**. Editora About Versart, 2006
- Prêmio Colunistas. Edição Especial da revista Propaganda**. Editora Referência, 2007 e 2008

Sites:

- <https://www.brainstorm9.com.br>
- <http://www.ccsp.com.br>
- <http://www.portaldapropaganda.com>
- <http://www.meioemensagem.com.br>
- <http://www.bloganda.com.br>
- <http://www.grupoabc.com>