

PORTFÓLIO AGÊNCIA LABORATÓRIO MASSAN-Z 2011¹

Diego Vagner Guimarães FRANÇA²

Bruno Almeida PIMENTEL

Bianca Said SALIM

Lorran Coelho Ribeiro de FARIA

Alexandre Viola MELO

Isabela Melo OLIVEIRA

Aurélio Martins Tomé de SOUZA

Débora Damasceno CALENZANI

Thábatta Soeiro Lima da FONSECA

Yuri Thiago Campos de MIRANDA

Paula Mirellu Andrade de SOUZA

Paulo Martins GODOY

Marcos de Oliveira Romaskevis GOMES

Fernando Acácio e SILVA

Bruna Luiza PEREIRA

Ludimila Moraes de Abreu LIMA

Thaís Teixeira SALES

Thalita Gabriela Fonseca GONÇALVES

Carla Jaqueline Gonçalves COSTA

Isadora Moema Freitas LEITE

Yohannã Ioshua Moreira GONZAGA

Cecília Fernandes RODRIGUES

Priscila Rodrigues BARBOSA

Ludmilla Lara GUSMÃO

Markellen Bonato ARRUDA

Débora de Lurdes PARREIRAS

Rafael Lúcio CHEIK

Igor Lopes de Melo CHAVES

Paula Moreira de SOUZA

Dayane Priscila de Almeida MACEDO

Fernando Carvalho Santana³

Eleonora Resck Exel Pitta CANCELAS

Lamounier Lucas PEREIRA JÚNIOR⁴

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Junior de Publicidade e Propaganda.

² Aluno líder do grupo e estudante do 4º período do Curso de Publicidade e Propaganda, email: diego_vagner@hotmail.com.

³ Alunos do Centro Universitário Newton Paiva.

⁴ Orientador do trabalho. Docente do Curso de Publicidade e Propaganda, email: raoult@bol.com.br.

RESUMO

A massan-z é a agência laboratório do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva. Foi criada com o intuito de proporcionar a prática aos acadêmicos do curso da Instituição, capacitando-os para o mercado. Este trabalho visa apresentar os melhores trabalhos desenvolvidos pelos estagiários da agência em 2011.

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

INTRODUÇÃO

A publicidade é uma paixão que envolve todas as pessoas. Não importa se a profissão é ou não exercida por aqueles que vêm fascinados a atuação da publicidade. Quem nunca se encantou com um anúncio bem feito? No entanto, para a realização de tudo isso é preciso muita criatividade, dedicação e ousadia atrelado a um detalhe fundamental: ter os pés no chão, até porque toda paixão tem lá seus momentos de inconstância.

A massan-z surgiu em 12 de novembro de 2001 com o objetivo de trazer os alunos do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva para dentro da agência, para que tivessem um olhar crítico do mercado e um contato efetivo com a prática, uma vez que a teoria já era aprendida por horas a fio dentro da sala de aula. Com um resultado cada vez mais satisfatório, há 10 anos no mercado a massan-z já atendeu uma média de 500 clientes. A cada semestre, cerca de 30 alunos são capacitados para o mercado publicitário.

A massan-z tem dois coordenadores que auxiliam os estagiários e coordenam os trabalhos realizados dentro da agência. O diretor de criação assiste, supervisiona e aprova os trabalhos elaborados pelas duplas de criação e web, além de colocar os pés da “galera” no chão às vezes, já que nem sempre os nossos clientes estão preparados para algumas ideias mirabolantes. A coordenadora de atendimento direciona o atendimento, acompanhando todo o contato entre agência e cliente, além de ser a responsável geral da agência.

Apesar de ter seu foco voltado para o mercado, a agência laboratório se encontra em um cenário publicitário que reflete as limitações do mercado publicitário mineiro. 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. Enquanto uma minoria de grandes agências disputam as grandes contas publicitárias, advindas, principalmente, do poder público, shoppings 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 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.

2 OBJETIVO

O objetivo da agência laboratório é capacitar os seus alunos a desenvolverem o seu talento, mesmo que este esteja escondido ou apenas latente.

O objetivo deste *paper* é divulgar os trabalhos publicitários e ações desenvolvidas pela agência ao longo do ano de 2011.

3 JUSTIFICATIVA

A massan-z visa ser uma “incubadora de talentos”. Nela encontram-se alunos em condições de desenvolver bons trabalhos e, acima de tudo, aprender com as oportunidades oferecidas. A nova concepção da agência é de que a massan-z precisa expor os seus trabalhos e mostrar o potencial que os seus estagiários possuem, pois desta forma terão uma possibilidade maior de serem aceitos e reconhecidos no mercado de trabalho.

Em função do pequeno porte dos clientes atendidos pela agência e da verba reduzida disponibilizada para a realização dos trabalhos, ressalta-se que o portfólio, por motivos óbvios, não compreenderá grandes campanhas veiculadas em meios de comunicação de massa, o que iria contra a proposta da agência. Contudo, é indiscutível o papel da agência na formação de alunos mais conscientes, aptos e preparados para o mercado de trabalho.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Tamanhos sonhos e tantas expectativas mereciam uma estrutura de primeira linha. Trata-se de um espaço de 60 m², com diversos equipamentos para auxiliar no aprendizado dos estagiários, 30 Imac G4, 4 Imac G5, 3 Pc's, 1 impressora EpsonStylus Color 77i, 1 impressora multifuncional Ricoh, 1 scanner Heidelberg Linoscan 1400, 1 scanner Canon N656U e 1 máquina fotográfica digital Canon.

Agora com tantos equipamentos “tops de linha”, seria uma covardia entulhá-los com softwares antigos, inadequados, transformando essas máquinas em verdadeiras carroças. A massan-z conta com programas atualizados: são softwares de design gráfico e editoração - Photoshop, Illustrator, Corel Draw, Flash, Dreamweaver, In Design, entre outros – e material de referência para pesquisas como dicionários, livros de bancos de imagens, livros Didáticos e etc. O Centro Universitário disponibiliza monitores para nos ajudar, assessorando e dando assistência em problemas e dúvidas com os equipamentos e softwares, quando necessário.

Entretanto, máquinas não trabalham sozinhas, por isso a massan-z realiza todos os semestres uma seleção entre os alunos do curso de Publicidade e Propaganda. Os mais talentosos e promissores são então convocados e divididos nas seguintes áreas: atendimento, operações, direção de arte, redação, web design, fotografia, produção gráfica e

finalização. São formadas duas equipes sendo uma para o período da manhã e outra para o período da tarde.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto oferecido pela massan-z é publicidade e propaganda, mas, para apresentá-la, este ano foram selecionados alguns trabalhos que foram desenvolvidos no ano de 2011, em comemoração ao aniversário dos 10 anos da massan-z, juntamente com alguns outros projetos que aconteceram durante o ano.

No ano de 2011, a agência laboratório da Newton Paiva completou 10 anos de existência e, para comemorar, foram criadas algumas ações, vídeos virais, páginas em redes sociais, camisas e material para divulgação da festa de 10 anos.

As peças de divulgação criadas para a comemoração dos 10 anos da massan-z foram:

- Redecoração da massan: o espaço onde a agência massan-z está instalada foi completamente revitalizado, e os alunos que não freqüentavam esse ambiente precisavam conhecê-lo. Com isso, o espaço físico da agência se tornou mais um atrativo para quem quer fazer estágio na massan-z.
- Troféu Panechapa: foi uma promoção inspirada no dia a dia dos estagiários da massan-z. O aluno ou ex-estagiário precisava criar uma frase criativa e descolada mostrando o que sua passagem pela agência representava para ele. O ganhador da promoção levava um par de ingressos para a festa de 10 anos e o troféu Panechapa.
- *Fan page* massan-z: a fan page foi criada com o intuito de aproximar a agência do seu público-alvo, os alunos dos cursos de Comunicação da Newton Paiva. Devido ao grande sucesso que essas páginas fazem nos dias de hoje, foi utilizada também como um meio de divulgação da festa comemorativa dos 10 anos, já que a maioria das pessoas que precisava saber do acontecimento possuía conta nessa rede social. Após o período de comemorações, a página vem sendo utilizada para postagens sobre o mundo da publicidade, os principais acontecimento e novidades, datas e eventos especiais relacionados não só à agência como também ao Centro Universitário Newton Paiva.
- Divulgação da festa de 10 anos da massan-z: para a divulgação e venda de ingressos para a festa, foram criados convites eletrônicos, pontos de venda nos pátios da faculdade, rádio no horário dos intervalos, *e-commerce*, camisetas com a arte de comemoração criada especialmente para essa data e alguns sorteios de ingressos durante as aulas da graduação.

Todas essas ações foram criadas não só com o objetivo de comemorar os 10 anos da existência da massan-z, mas também fazer com que a agência se tornasse mais conhecida entres os alunos do Centro Universitário Newton Paiva, no intuito de reforçar que o estágio

na massan-z é uma oportunidade única, pois não são todas as faculdades que possuem uma agência laboratório para que os alunos já saiam preparados para o mercado de trabalho.

Para homenagear a agência laboratório da Newton Paiva, os alunos do sétimo período do curso de Publicidade e Propaganda, ex-estagiários da massan-z, criaram alguns vídeos parabenizando a agência por todas as suas realizações durante esse tempo. Foram vídeos contendo depoimentos que demonstravam toda a admiração pela agência, e agradecimento por todo o conhecimento que lhes foi proporcionado durante o tempo em que permaneceram estagiando na agência.

O foco principal da agência durante o ano de 2011 foi o planejamento, a organização, a divulgação e a realização da festa de 10 anos da massan-z. Devido a esse acontecimento, até o fluxo de trabalho em relação a clientes externos foi reduzido para que a realização dessa festa fosse prioridade para a instituição.

Em relação às outras campanhas criadas durante o ano, destacam-se as seguintes peças:

Cliente: Hoje em Dia

Campanha: Saúde 2011

Peças: e-mail Marketing, cartaz e anúncio para jornal

Título: Com saúde não se brinca

Data: 5 de Agosto

Em comemoração ao Dia Nacional da Saúde, o jornal Hoje em Dia, solicitou à massan-z um e-mail marketing que foi enviado a todos os funcionários do jornal. A peça foi criada a partir de uma temática infantil, que fazia um alerta de que com Saúde não se brinca. Foram utilizadas imagens com jogos infantis como forcas, casinhas, caça-palavras e jogo da velha, mesclados com objetos utilizados no setor de saúde.

A campanha fez sucesso e, de apenas e-mails marketing (solicitação inicial), foram criados mais cartazes que foram veiculados nos campi da Newton Paiva e nas dependências do Jornal, além de anúncios que foram veiculados em cadernos distintos do jornal Hoje em Dia.

Cliente: Curso de Publicidade e Propaganda

Campanha: 6° Contato

Peça: Reformular logotipo, criar cartaz, *flyer*, *banner*, adesivo, cabeçalho de site, e-mail marketing, papelaria, topo de blog, *wallpaper*

Título: Divulgação do projeto 6° Contato

Data: 24 a 26 de Outubro

Durante os dias 26 e 27 de outubro de 2011, a Newton Paiva realizou a Semana de Comunicação através do 6° Contato.

O evento contemplou os turnos da manhã e da noite, e foi aberto a toda a comunidade acadêmica, sendo principalmente voltado aos alunos das três áreas da Comunicação. Com

debates, palestras e oficinas, o objetivo era fomentar a discussão sobre temas contemporâneos ligados à Comunicação, estimular e motivar os alunos na inserção no mercado e na sua qualificação.

Foi solicitado que a massan-z realizasse a divulgação do evento, pensando em custos que coubessem na verba disponibilizada e que fossem ao mesmo tempo diferenciados.

A intenção era que a maior parte dos alunos participassem das atividades do evento que foi focado nos estudantes das três áreas da Comunicação, mas o encontro foi aberto a toda comunidade acadêmica.

A massan-z elaborou uma série de peças para o evento, e todas as peças continham uma mesma proposta de identidade visual, composta por um logotipo referente ao número da edição da Semana Comunicativa, porém utilizando o conceito de composição de elementos textuais como a vírgula e o ponto, presentes na linguagem de comunicação.

Cliente: Curso de Publicidade e Propaganda

Campanha: Aula Inaugural

Peça: E-mail marketing

Título: Você pode até não ser da área de criação, mas nada te impede de ser criativo

Data: 29 de Agosto

No dia 29 de agosto de 2011 aconteceu a aula inaugural do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva, como de costume no início dos semestres letivos. Tal aula é destinada aos alunos novatos, com o intuito de lhes apresentar o curso de Publicidade e Propaganda e a estrutura do Centro Universitário.

No segundo semestre de 2011, juntamente com a aula inaugural, houve uma palestra nomeada “Advertainment - o entretenimento como estratégia de comunicação” e ministrada pelo publicitário Arthur Júnior, o qual mostrou aos alunos que a criatividade pode, mais do que nunca, ser aplicada além da redação e da direção de arte. O evento abordou vários *cases*, além de um trabalho realizado por Arthur em parceria com o professor de redação publicitária Daniel Macieira. A palestra tinha o objetivo de atrair alunos em diversos níveis de aprendizagem e em ambos os turnos, e a massan-z tinha o objetivo de criar uma forma de divulgação atrativa para a palestra.

Para atingir esse objetivo, foi criado um e-mail marketing, com uma arte divertida com elementos e cores atrativas, estimulando o interesse e participação, e foi enviado a todos os alunos dos cursos de Comunicação da Newton Paiva.

Cliente: Coordenação de Publicidade e Propaganda

Campanha: Dia Mundial da Comunicação Social

Peça: E-mail Marketing

Título: A mensagem é compartilhada em qualquer meio

Data: 31 de Maio

Uma homenagem criada para os alunos de Comunicação Social do Centro Universitário Newton Paiva, lembrando que a comunicação pode ser feita de várias formas, seja com gestos, palavras ou imagens. Não existem limitações para a comunicação e nem pra quem comunica.

O e-mail marketing foi enviado para todos os alunos e compartilhado nas redes sociais.

Cliente: Curso de Publicidade e Propaganda

Campanha: Encerramento do Curso

Peça: E-mail Marketing

Título: Bons frutos

Data:

A coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda solicitou à massan-z a criação de um e-mail marketing de agradecimento, o qual foi disparado aos alunos, estagiários, ex-estagiários, professores, companheiros e fornecedores que nos acompanharam e ajudaram a colher vários frutos ao longo do semestre.

A agência precisava, então, desenvolver uma mensagem criativa com a intenção de passar a mensagem de agradecimento pelo companheirismo ao longo do semestre e dizer a eles que queremos continuar caminhando juntos no próximo semestre.

Cliente: Agerp 2011

Campanha: Welcome Class

Peça: Cartaz

Título: Aqui você vai fazer acontecer

Data: 18 de Agosto

A agência experimental de Relações Públicas da Newton Paiva - AGERP solicitou à massan-z um cartaz para a divulgação da aula inaugural para os alunos novos e também veteranos. A aula inaugural teve o intuito de mostrar aos alunos ingressantes como funciona o curso de Relações Públicas e o que se faz nessa área da Comunicação.

A peça foi criada levando em consideração todos esses aspectos, através de uma composição visual que utilizava elementos visuais do próprio curso, como alto-falantes e balões, remetendo ao processo de comunicação, mostrando que comunicar é mais importante do que aparecer.

Cliente: Curso de Turismo

Campanha: Semana do Turismo

Peça: Cartaz

Título: Turismo não se resume a lazer, a não ser que você entenda bem do assunto

Data: 24 e 25 de Outubro

O curso de Turismo criou a Semana do Turismo para que a comunidade acadêmica aumentasse o conhecimento sobre essa área de atuação, ministrando palestras com temáticas que abordavam gastronomia, eventos, agências de viagem e hotelaria.

Foi solicitado à massan-z que criasse uma peça que despertasse a atenção dos alunos da Newton Paiva para que participassem e tivessem total interação nas palestras.

A massan-z criou um cartaz inspirado na Pop-art, o qual fazia alusão a uma icônica obra da vanguarda pop com monumentos turísticos mundialmente conhecidos. Continha informações a respeito da programação e, juntamente com a imagem, direcionavam a relevância da Semana de Turismo, e foi veiculado nos *campi* da faculdade.

Cliente: Hoje em Dia

Campanha: Dia Mundial da Fotografia

Peça: E-mail marketing, anúncio de jornal

Título:

Data: 19 de Agosto

Devido a seu interesse e a sua ligação com a fotografia, o Jornal Hoje em Dia decidiu homenagear essa data.

Os criadores da campanha se inspiraram na história da fotografia no Brasil e no mundo, utilizando imagens de alguns dos pontos turísticos mais importantes do mundo, mostrando que descrevê-los é uma tarefa bem complicada mas, a partir do momento em que fotografamos, a cena não precisa mais de nenhuma palavra. E se torna então mais fácil de partilhar esses momentos com outras pessoas.

Para isso, foram criados 4 emails marketing e anúncios para veiculação no jornal Hoje em Dia.

Cliente: Jornal Hoje em Dia

Campanha: Dia Internacional da Paz

Peça: e-mail marketing e anúncio de jornal

Título:

Data: 21 de setembro

No dia 21 de setembro é comemorado o Dia Internacional da Paz, criado pela ONU no ano de 1981 como um dia em que sejam cessadas todas as hostilidades. Um dia para que as pessoas não só pensem na paz, mas façam algo para que ela seja alcançada. Em comemoração a essa data, o Jornal Hoje em Dia solicitou a criação de e-mail marketing que pudesse ser adaptado para cartaz e anúncio de jornal, que seria veiculado internamente e também nos *campi* da Newton Paiva.

A criação do e-mail marketing foi feita com uma sobreposição de imagens. Como *background* foram colocadas palavras relacionadas às formas de violência e, no centro, em

branco, foi inserida a palavra PAZ, destacada das demais, propiciando a idéia de que a paz realmente deve se destacar dentre todas as maneiras de agressão.

Cliente: Hoje em Dia

Campanha: Câncer de Mama

Peça: Cartaz e email marketing

Título: Você tem escolhas

Data: 19 de Outubro

O jornal Hoje em Dia promoveu uma ação interna organizacional, com a intenção de homenagear e conscientizar sobre a luta contra o câncer de mama. O público-alvo dessa ação eram todas as funcionárias do jornal, deixando em evidência a importância de adotar o hábito do auto exame. A massan-z sugeriu duas peças institucionais de divulgação, que foram cartaz e email marketing.

A peça de divulgação foi inspirada nos conceitos do minimalismo, teve como idéia central o título “Você tem escolha. 80% dos nódulos são benignos. Faça o auto-exame.”A imagem utilizada foi composta por um conjunto de parênteses que faziam alusão ao formato das mamas da mulher e também ao elemento gráfico para assinalar escolhas.

Cliente: Curso de Publicidade e Propaganda

Campanha: Prêmio Cidadãos do Mundo

Peça: E-mail marketing

Título:

Data:

O curso de Publicidade e Propaganda da Newton Paiva promove todos os anos um festival de publicidade que se chama OPUS Universitário, que tem como objetivo a criação de campanhas de responsabilidade social e/ou desenvolvimento sustentável para clientes reais, afim de que o aluno perceba a importância da Propaganda como ferramentas de formação de opinião e de conscientização e repense sua participação como aluno e também como cidadão diante de causas de relevância social.

Em 2011, o projeto Opus Universitário foi premiado no concurso Cidadãos do Mundo. Para divulgar a premiação, foram criados cartazes e e-mail mkt para comunicar ao público interno e externo o grande prêmio obtido.

Cliente: Jornal Hoje em Dia

Campanha: Bichos

Peça: Cartaz

Título: Consumo consciente não é um bicho de sete cabeças

Data: 28 de Outubro

Em 2010, foi criada a campanha “Os Bichos” para o Jornal Hoje em Dia, que trouxe bichos relacionados ao consumo consciente de energia, de água, do telefone, do elevador, dos

copos descartáveis e do papel tentando conscientizar os funcionários do Jornal sobre sustentabilidade e economia no ambiente de trabalho. Em sua primeira versão, a campanha e as ações promocionais foram um sucesso.

Devido a esse fato, foi solicitada uma 2ª versão da campanha buscando o sucesso alcançado junto aos funcionários com a primeira. A campanha “Os Bichos” foi repaginada, sem repetir mensagens ou imagens, utilizando peças gráficas diferentes e outras soluções que tratassem o tema de forma inovadora.

A massan-z teve a missão de criar uma campanha com o intuito de despertar a lembrança dos funcionários que já conheciam a campanha e a curiosidade dos funcionários que ainda não a conheciam.

A agência então criou peças criativas, com bichos como cachorro, onças e micos, e, para que o texto completasse as imagens, foram feitos trocadilhos. Essas artes foram aplicadas em peças como cartazes, móveis afixados em luminárias, testeiras para os monitores, *woblers* para os aparelhos de ar-condicionado, apagadores e adesivos para elevador.

6 CONSIDERAÇÕES

A massan-z, em seus 10 anos de existência, 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 diversos e propostas que vão desde responsabilidade social a promoção de vendas e serviços. Com qualidade e compromisso, a agência vem ganhando, a cada semestre, mais espaço e destaque no curso de publicidade e propaganda da Newton Paiva e no mercado, captando sempre novos clientes. Os estagiários que passam pela agência sempre são recompensados com seus portfólios e conseguem uma boa colocação no mercado de trabalho publicitário.