Agência Pedagógica Mais Comunicação[1]

Denise Alves RIDEL[2]
Claudia Mara Stapani RUAS[3]
Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, MS

RESUMO

As agências pedagógicas ou experimentais são unidades de apoio pedagógico aos cursos de comunicação social que visam possibilitar aos alunos, de forma intensiva e supervisionada, o contato com a prática profissional de sua habilitação, em complementaridade ao conteúdo desenvolvido em sala de aula.

Agência Pedagógica Mais Comunicação, da Universidade Católica Dom Bosco, seguindo esses preceitos, iniciou suas atividades em 2002 com o objetivo de atender às necessidades pedagógicas do curso e oferecer aos acadêmicos atividades que os envolvam com as produções laboratoriais e, voluntariamente, com as atividades de extensão

PALAVRAS-CHAVE: Pedagógica - agência de propaganda – teoria e prática

INTRODUÇÃO:

As agências pedagógicas ou experimentais são unidades de apoio pedagógico aos cursos de comunicação social que visam possibilitar aos alunos, de forma intensiva e supervisionada, o contato com a prática profissional de sua habilitação, em complementaridade ao conteúdo desenvolvido nas salas de aula.

---

[1] Trabalho submetido ao IX Expocom, na categoria C3 Institucional, modalidade processo, como representante da Região Centro-Oeste.
[2] Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UCDB, email: denise.ridel@gmail.com
[3] Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UCDB, email: claudia@ucdb.br

Para otimizar a compreensão da teoria, e logo, elevar a formação profissional a níveis excelentes, a agência pedagógica Mais Comunicação procura ampliar as oportunidades de capacitação do acadêmico através da aplicação prática dos conceitos em atendimento (pontuais e continuados) a clientes reais.

OBJETIVOS:

Com base nessa orientação, a agência pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco, assume os seguintes objetivos e funções**:**

a. Possibilitar ao aluno do curso de graduação em Publicidade e Propaganda a vivência de trabalhos publicitários, em ambiente e com processos similares encontrados numa agência de propaganda profissional.
b. Desenvolver serviços de planejamento, criação, produção e distribuição de peças publicitárias em caráter profissional, através dos diversos departamentos em que se estrutura a Agência;
c. Proporcionar ao aluno vivência de situações reais da prática da Publicidade e Propaganda, priorizando: projetos da instituição/curso, instituições filantrópicas e clientes do mercado captados através de convênios realizados pela instituição;
d. Proporcionar aos alunos da habilitação a possibilidade de realização de atividades práticas em horários diversos como alternativa para o cumprimento das atividades complementares previstas no currículo do curso;
e. Desenvolver campanhas internas motivacionais sobre temas relacionados ao bem-estar dos alunos e valorização da cidadania;
f. Desenvolver campanhas institucionais de utilidade pública (drogas, ecologia, preservação, saúde, etc) voltadas tanto ao público interno como externo;
g. Desenvolver campanhas comunitárias de forma cooperativada com a comunidade social e empresarial, estreitando os laços de integração do curso e da universidade com esses públicos;
h. Dar apoio ao desenvolvimento de campanhas criadas pelos alunos com o objetivo de participação em concursos e festivais da área;
i. Promover a aproximação com as agências do mercado local, visando a divulgação dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos e, consequentemente, a colocação destes no mercado de trabalho;
j. Promover palestras e cursos de aperfeiçoamento com profissionais da área;

k. Atender à demanda relacionada à área de publicidade e propaganda proveniente do Núcleo de Comunicação e Marketing e das agências e núcleos das demais habilitações (Jornalismo, Relações Públicas e Rádio e TV)
l. Desenvolver projetos na área de comunicação multimídia e produção eletrônica (mediante o suporte técnico e operacional dos estúdios do Laboratório de comunicação) aos clientes internos e externos, sem fins lucrativos;
m. Estabelecer uma vantagem competitiva no mercado universitário para o curso da Universidade Católica Dom Bosco, conquistando o público consumidor em potencial;
n. Estabelecer convênios com empresas, institutos de pesquisa e outras entidades de interesse

JUSTIFICATIVA

As instituições da Educação Superior têm que seguir determinadas regras para abrir e manter seus cursos e diplomar seus concluintes. Todos os cursos são criados por meio de um ato legal. No caso da publicidade e propaganda que têm suas especificidades, nos campos artístico e técnico, é prioritário que os acadêmicos tenham aulas práticas, aplicadas em laboratórios de comunicação e nas chamadas Agências experimentais, para valorização da formação profissional do futuro publicitário.

A matéria "Agência Experimental" é retratada nos documentos emitidos pelo Conselho Federal de Educação, assim como pelo MEC. Somado a isto uma inquietação por parte do corpo docente da Universidade Católica Dom Bosco para a criação da agência nas exigências do MEC e aliada a esta inquietação que motivou a construção do projeto Político-Pedagógico para o Curso de Comunicação Social surgiu, em 2002, a Agência Experimental Mais Comunicação

Inserida no contexto do projeto pedagógico do curso, em sua formatação também houve a intenção de refletir sobre o papel das agências experimentais na formação dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda, que outrora eram lançados no mercado sem nenhuma vivência prática.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

A agência pedagógica ou experimental do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UCDB, tem em sua formação básica os acadêmicos de todos os semestre do curso de Publicidade e Propaganda, que contam, para o desenvolvimento das atividades na agência experimental, com processos similares aos encontrados em uma agência profissional, com o diferencial da supervisão de uma equipe de professores.

Desde o inicio, seu projeto contempla o atendimento ás organizações não governamentais, ou seja, sem fins lucrativos, bem como privilegia demandas no âmbito interno da universidade, prestando a estes dois segmentos, serviços especializados compatíveis com os oferecidos pelo mercado.

Seu raio de atuação é delimitado para que sua performance não represente uma concorrência às empresas que atuam no segmento de agências de propaganda.

Desenvolvendo trabalhos sem fins lucrativos, totalmente institucionais, a agência Mais Comunicação funciona dentro do Laboratório de Comunicação da Universidade Católica Dom Bosco, cotando com alunos de todos os semestres dispostos a se envolver com as produções laboratoriais e atividades de extensão.

Esse envolvimento se concretiza da seguinte forma: em cada semestre há uma ou mais disciplinas que são ministradas em ambiente de agência no período matutino. Para cada uma destas disciplinas, cabe ao professor titular a atribuição de uma nota para compor a média referente ao desenvolvimento do trabalho prático em agência experimental.

No período vespertino, a agência é utilizada pelos alunos que se inscrevem no processo seletivo disponibilizado no início de cada. Tais alunos recebem certificados que participam como voluntários da agência bem como certificados como atividades complementares e/ou de monitoria.

Na agência experimental Mais Comunicação são priorizados projetos voltados à valorização e visibilidade do curso, desenvolvimento de campanhas e divulgação de atividades acadêmicas (eventos, festas, campanhas, etc) e atendimento a instituições filantrópicas através do desenvolvimento de estratégias de comunicação, criação de

campanhas e auxílio na captação de parcerias junto aos meios de comunicação para divulgação das campanhas criadas pelos alunos.

Os trabalhos desenvolvidos pelos voluntários da agência experimental contam com a supervisão de três professores dos setores representativos de uma agência de propaganda (atendimento, planejamento, criação, mídia e produção)

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O desenvolvimento das atividades relacionadas à Publicidade e Propaganda possui características diferenciadas das demais profissões. Para o desenvolvimento das ações, existe a necessidade do trabalho integrado de profissionais com conhecimentos técnicas específicos em áreas como atendimento, planejamento, criação (arte e texto) produção e mídia.

Sendo assim, a Agência Pedagógica Mais Comunicação, para cumprir sua função de proporcionar aos alunos uma visão completa da atuação de uma agência profissional contempla, na equipe de professores supervisores, o perfil para acompanhamento das áreas centrais da habilitação.

A atual estrutura da agência Mais Comunicação comporta a participação de 25 estagiários simultâneos. O processo seletivo é realizado no início de cada semestre, através do preenchimento do formulário de interesse. A escolha dos contemplados é feita através da análise desses formulários e entrevistas, levando-se em consideração critérios como antiguidade (alunos dos semestres mais adiantados possuem prioridade), conhecimento técnico, habilidades artísticas, áreas de interesse e disponibilidade de tempo.

O sistema de permanência do aluno estagiário respeita critério de rodízio. No caso da saída de um estagiário a substituição é feita de forma imediata pelo próximo candidato da fila, respeitando-se os critérios mencionados.

Quanto ao trabalho prático, na agência inicia-se com o atendimento ao cliente, atendendo a uma solicitação ou demanda. Este primeiro contato com o cliente gera um *briefing* (relatório de informações) que servirá de base para que os demais profissionais da agência possam elaborar o planejamento estratégico de comunicação e propor soluções adequadas e, sempre que possível, criativas para a necessidade de cada cliente. A partir da criação da proposta, passa-se para a etapa de produção, que vai dar origem

ao anúncio final em forma de impresso (folder, cartaz, panfleto, anuncio para jornal), filme para televisão, spot ou jingle para rádio, além de outdoor, banners para web e outras soluções de mídia, convencionais ou não. Além de trabalhar a criação de peças de propaganda, também há o estudo para criação de logomarcas tanto para produtos como para serviços.

Cabe aos professores da agência pedagógica supervisionar o plano de mídia, buscando parcerias nos espaços de veículos internos (Jornal UCDB na semana, Jornal Laboratório Em Foco, Revista Boletim Salesiano, TV UCDB, FM UCDB e TV Regional, repassando toda a logística para a permissão de veiculação do material produzido pela agência.

CONSIDERAÇÕES

A oportunidade de participar da Agência Mais Comunicação, desde o primeiro semestre, consiste em um diferencial bastante valorizado pelos alunos na hora da escolha da Universidade, pois oferece a possibilidade do exercício e aprimoramento da prática desde o início da faculdade. Embora a participação na agência não seja obrigatória, há o envolvimento de todos os alunos a partir das disciplinas da grade do curso, que são ministradas e trabalhadas em ambiente de agência.

Pode-se afirmar que a agência Mais Comunicação atende à necessidade principal de formação profissional de maneira orientada e supervisionada, buscando trabalhar, na medida do possível, com a mesma dinâmica de uma agência de mercado.

Todos os trabalhos desenvolvidos contemplam o trabalho em equipe, tão valorizado hoje no mercado, visando o desenvolvimento das habilidades de comunicação interpessoal e desempenho profissional no que se refere à prática do atendimento ao cliente, tanto na coleta do *briefing* quanto na apresentação da proposta final, além de estímulo à capacidade de abordagem para prospecção de novos clientes.

Pelo cenário exposto, o funcionamento da agência Mais Comunicação é primordial para o aprimoramento dos alunos do curso de Publicidade e Propaganda da UCDB e sua manutenção representa um grande diferencial mercadológico, além de agregar valor à marca UCDB, cujo curso de Comunicação Social, na habilitação Publicidade e Propaganda, é o pioneiro do Estado.