UNIENCANTO[1]

Andréa Cristina Tierno Ferreira BUENO[2]
Patrícia Albuquerque de LIMA[3]
Centro Universitário UNIEURO, Brasília, DF

1 APRESENTAÇÃO

Este trabalho foi realizado na disciplina de Produção Publicitária II como uma tentativa de aproximar o aluno das reais práticas do mercado.

Para tanto, sugeriu-se a realização de uma campanha para divulgar um produto que tivesse sido criado pelo aluno.

O produto criado foi o Uniencanto. Um local na própria IES que servisse para cuidar dos filhos dos alunos enquanto estes permanecessem em sala-de-aula.

O trabalho serviu apenas em caráter acadêmico, não se constituindo, portanto, de um produto real.

2 OBJETIVOS

Criar uma campanha para divulgar o Uniencanto. Um local na própria IES onde os alunos pudessem deixar seus filhos durante o horário de aula.

3 JUSTIFICATIVA

Optou-se pela produção de um jingle para rádio FM que facilitasse a comunicação do serviço com seu público-alvo. O jingle facilita o entendimento da mensagem e fixa os benefícios que o serviço oferece. Através de uma melodia fácil e alegre, o jingle, garante uma maior identificação e interação com o ouvinte.

---

[1] Trabalho submetido ao Expocom Centro-Oeste, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade produto Audiovisual.

[2] Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade do UNIEURO, email: actierno@hotmail.com.br.

[3] Orientador do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do UNIEURO, email: patriciaalima@yahoo.com.br.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A forma como se chegou aos resultados obtidos, foi através de uma pesquisa realizada dentro da Universidade UNIEURO, com alunos matriculados nos cursos do período noturno. Identificou-se uma demanda carente por este tipo de serviço. Daí então, entendeu-se que seria viável, produzir um material com base nestas informações.

Toda a produção foi realizada nas dependências do Centro Universitário UNIEURO. Foram utilizados os recursos disponíveis pela instituição: Estúdio de rádio, ilha de edição de áudio e técnico responsável.

A trilha sonora foi composta exclusivamente para esse fim.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Tiago. **Vende-se em 30 segundos**. Manual do Roteiro para filme publicitário. São Paulo: Senac, 2004.

ELIN, Larry; LAPIDES, Alan. **O comercial de televisão: planejamento e produção**. São Paulo: Bossa Nova, 2006.