

Campanha Sala Limpa¹

Catarine Vicente Bento da Paz²

Emanuele Teixeira Cassimiro da SILVA³

Marina Brasileiro Neves⁴

Rommel Raposo SALES⁵

Fernando Israel FONTANELLA⁶

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O presente paper tem por objetivo apresentar e relatar o processo de desenvolvimento de uma campanha para o Departamento de Comunicação Social pela equipe da Aê - Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco. O trabalho, realizado no contexto de uma parceria que a Aê tem com o Departamento formado principalmente por coordenadores e professores dos cursos da já referida área, tinha como objetivo contornar o problema do lixo nas salas.

PALAVRAS-CHAVE: agência experimental; campanha; departamento; salas de aula; lixo.

1 INTRODUÇÃO

A campanha publicitária foi criada a pedido da coordenação dos cursos da área de Comunicação Social da Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP no segundo semestre de 2011. A mesma era de conscientização dos alunos e professores e foi desenvolvida pela Agência Experimental da Católica – Aê!.

A Aê! e os departamentos dos cursos possuem uma parceria de três anos, onde desenvolve campanhas de todos os níveis e não importa o curso. Essa parceria estabelecida vai desde a realização dos cartazes de divulgação quanto no auxílio a outras necessidades de comunicação mais pontuais, como o desenvolvimento de marcas e convites especiais.

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade cartaz.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: catarine.vicente@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: emanuelecassimiro@hotmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: marineves87@gmail.com.

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rommel.raposo@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: prof.fontanella@gmail.com.

Sua motivação inicial, que decorreu na campanha, foi a sujeira nas salas de aula da Universidade. Sujeira essa causada por alimentos, além de restos de materiais que ficavam alojados, principalmente nas salas multimídia.

Os alunos que faziam uso da sala, não tinham a consciência e o zelo necessário que a recinto exigia. E por isso, a campanha buscava atrair tanto professores quanto alunos, gerando assim um acordo coletivo para a manutenção da área.

2 OBJETIVO

O cartaz realizado pela Aê tinha os seguintes objetivos:

- a. Divulgar entre a comunidade acadêmica e os alunos da UNICAP o problema da sujeira nas salas, principalmente as de multimídia.
- b. Provocar o interesse do público-alvo em relação à conscientização quanto manutenção das salas.
- c. Representar características do departamento, para que o público-alvo se envolva com a causa.
- d. Provocar um interesse do público-alvo em aderir a campanha.

3 JUSTIFICATIVA

A parceria com os cursos de comunicação social é especialmente valorizada pela Agência Experimental (Aê), pois oferece uma oportunidade singular para os alunos do laboratório realizarem peças de comunicação que exploram a criatividade e uma atitude mais consciente por parte do público-alvo. O departamento dos cursos tende a ser bem aberto à ideias que priorizam uma abordagem criativa, permitindo aos alunos correrem mais riscos na elaboração de soluções de direção de arte e redação.

A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco, a Aê, foi criada em 2005 para proporcionar aos alunos um laboratório de experimentação com a prática publicitária. Prevista no projeto pedagógico do curso desde a sua fundação, a agência é responsável pela comunicação da Universidade para o público interno, e oferece serviços de comunicação de marketing para um conjunto de instituições sem fins lucrativos. Desde a sua instalação, a Aê se pautou pela perspectiva crítica do mercado, estimulando os alunos não apenas a reproduzir práticas tradicionais, mas a explorar novas possibilidades e soluções para os problemas de comunicação de seus parceiros.

Sendo assim, fica evidente o quanto é importante para a Aê a possibilidade de, em comum acordo com os cursos, experimentar as possibilidades criativas e o estímulo oferecido pelos filmes exibidos em suas sessões.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O cartaz foi desenvolvido para o Centro de Ciências Sociais a partir de um *briefing* realizado em reunião entre a equipe da Aê e os professores responsáveis pela coordenação do curso. A partir dos objetivos estabelecidos e, a interação sobre a natureza do problema a equipe de criação da Agência passou a desenvolver um conceito para o cartaz.

Para isso, foi necessário que os alunos envolvidos no trabalho tivessem a percepção do problema e que pensassem objetivamente sobre todos os malefícios que a sujeira poderia causar nas salas de multimídia. Para isso foi realizado um processo de *brainstorm*, onde as impressões e vivências dos estagiários foi posto em discussão e analisados.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A solução encontrada apareceu a partir de algumas experiências realizadas sobre formas de atrair a atenção tanto dos alunos quanto dos professores. Decidiu-se então se utilizar do humor para que o público-alvo, não se sentisse advertido, mas sim aconselhado, e pudesse se interessar pela mensagem.

Visualmente, o layout do cartaz foi extremamente bem sucedido, o que foi atestado pela repercussão entre a comunidade acadêmica e os alunos. Isso ocorreu por uma razão muito simples: os cartazes são afixados em quadros de avisos da Universidade, normalmente ocupados por inúmeros cartazes e avisos normalmente carregados de um volume de informações excessivo.

Seguem, respectivamente, os cartazes destinados aos alunos, professores e o banner.

**Você até tenta responder
a chamada, mas quem sempre
leva presença é o lixo.**

Já tá mais do que na hora do
lixo reprovar por falta.

Aqui!

MANTENHA A SALA LIMPA



O lixo não merece receber presença nas suas aulas.

Já tá mais do que na hora do lixo
reprovar por falta.

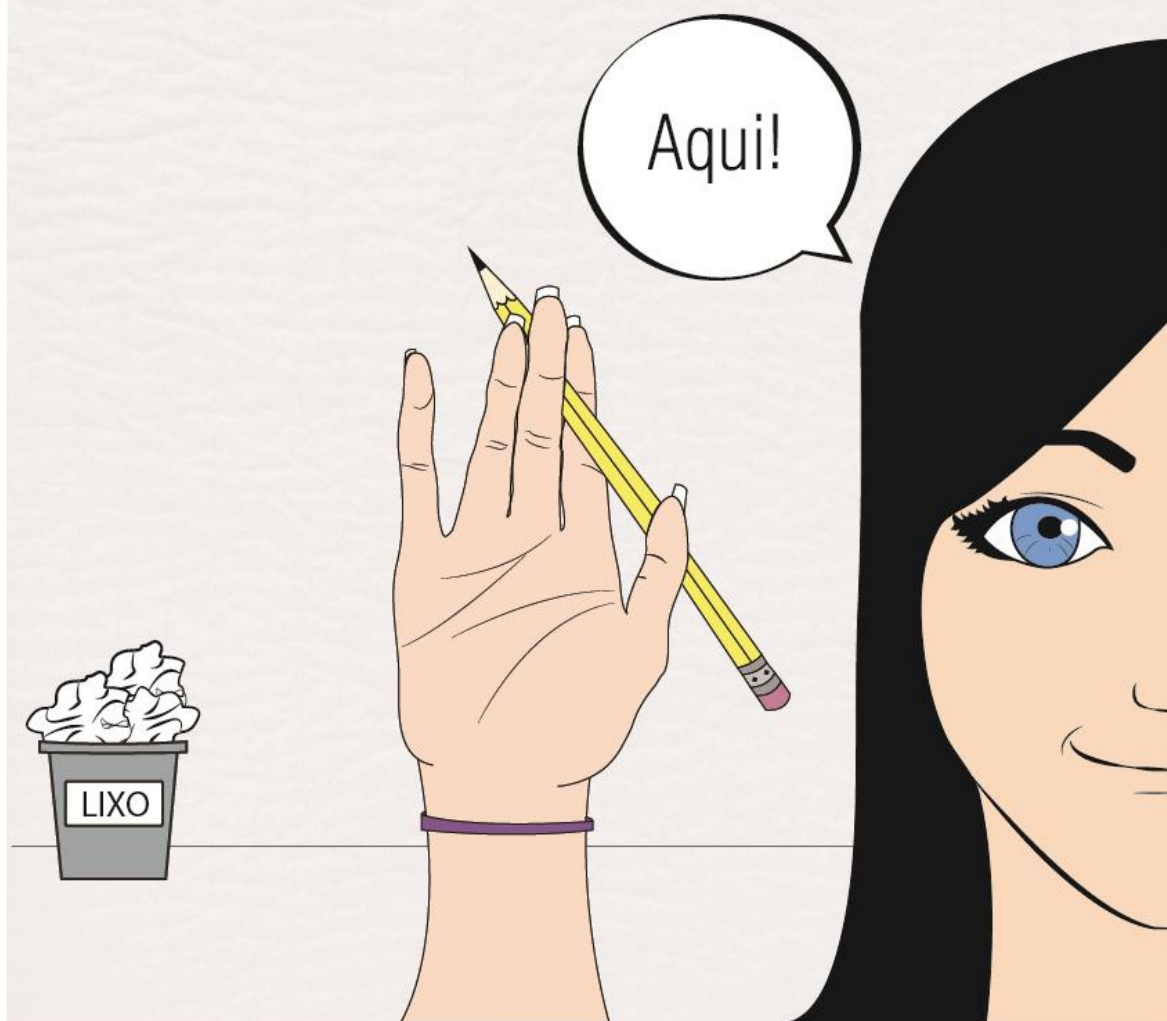
MANTENHA A SALA LIMPA



MANTENHA A SALA LIMPA

**Já tá mais do que na hora do
lixo reprovar por falta.**

Não deixe que ele esteja presente.



6 CONSIDERAÇÕES

O cartaz realizado para a campanha da sala limpa é um exemplo de como a Agência Experimental da Unicap - Aê, responde às demandas de seus clientes. Levando em consideração as necessidades específicas contidas no *briefing*, a solução elaborada é simples, mas precisa, e demonstra uma preocupação em utilizar a criatividade a serviço das necessidades reais daqueles que procuram a agência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADLER, Richard P. e FIRESTONE, Charles M. **A conquista da atenção: a publicidade e as novas formas de comunicação**. São Paulo: Nobel, 2002.

SANT ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

MARTINS, Jorge S. **Redação publicitária: teoria e prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SANT ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.