



Essa é a Nossa Cara¹

Henrique Molina CAMARGO²

Alexandre HUADY³

Claudia MINA

Débora GONÇALVES

Érika NOGUEIRA

Fernanda BRIGANTE

Karolina CASSARES

Letícia FADDUL

Lucas Henrique FERNADO

Mirelle MARTINS

Patrícia RIGHI

Rafaela FARES

Victor YOSSANO

Victor SAAVEDRA

Pedro RIZZO

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

¹ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria C2.4 - PP-Produto-Mídia Alternativa, modalidade processo, como representante da Região Sudeste.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Propaganda, publicidade e Criação, email: henrique.molina@terra.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Audiovisual do Curso de Cinema da USP, email: sousam@usp.br.



RESUMO

O projeto “Essa é a Nossa Cara”, realizado pelo Centro de Comunicação e Letras do Mackenzie é uma forma de aproximar o aluno da universidade. Ele permitiu que os estudantes, professores e funcionários do CCL tivessem liberdade para se expressarem a partir de retratos fotográficos de seus rostos.

Essas fotografias foram apresentadas em uma animação multimídia exposta no campus da universidade a partir de um projetor.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia; liberdade; identificação;

INTRODUÇÃO

O projeto foi idealizado pelo Professor Alexandre Huady em conjunto com alunos da Agência Júnior de Comunicação Mackenzie e realizou uma exposição com fotos dos alunos, professores e funcionários do Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Além das fotografias, foram captados áudios dos retratados que foram juntamente apresentados. As fotos foram apresentadas através de um datashow colocado no térreo do prédio do CCL. Os alunos que participaram da produção do projeto ficaram responsáveis pela montagem dos slides com áudio e fotos, por reunir e cadastrar as pessoas que foram expostas, elaborar e disponibilizar as autorizações do uso de imagem deles e comunicar o projeto para os alunos.



2 OBJETIVO

“Essa é a Nossa Cara” é um projeto de endomarketing que tem o objetivo de inspirar o “espírito mackenzista” nos alunos e funcionários do Centro de Comunicação do Mackenzie.

Essa exposição visou aumentar a aproximação entre a Universidade e alunos, professores e funcionários.

A idéia do projeto era dar total liberdade ao exposto, para que ele se posicionasse e falasse de acordo com sua vontade, para que cada um tentasse passar a sua própria personalidade.

3 JUSTIFICATIVA

Essa aproximação entre aluno e universidade permite que o aluno se sinta mais a vontade em sua instituição de ensino e melhore seu relacionamento com os professores e com os outros alunos. Isso aumenta o rendimento dos alunos, além de proporcionar um maior bem-estar para o mesmo.

A função desse endomarketing é fazer com que os alunos fiquem mais satisfeitos e queiram continuar na universidade e a indiquem para outras pessoas, fortalecendo, assim, a imagem da instituição

O fortalecimento da identificação entre o Centro de Comunicação e Letras e seus alunos ajuda a fortalecer a marca Mackenzie e não apenas agradar quem já se utiliza dela, mas também aos prováveis alunos, prospectando-os.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização do projeto foram necessárias as devidas autorizações para a utilização dos materiais (datashow, microcomputador, caixas de som e câmera fotográfica) e local (andar térreo do prédio do Centro de Comunicação e Letras do Mackenzie) que foram disponibilizados pela Universidade.

As imagens e sons coletados foram editados no Macromedia Flash Professional 8 para que ficassem no formato enviado.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Trata-se de um produto audiovisual que contém imagens fotográficas e sons dos alunos da Universidade. Esse produto foi exposto por um projetor na parede do prédio do Centro de Comunicação e Letras do Mackenzie.

6 CONSIDERAÇÕES

O projeto foi elaborado e executado com sucesso, atingindo assim a sua meta de aproximar o alunado e todos os outros integrantes do Centro de Comunicação e Letras do Mackenzie da Universidade.

A Universidade Presbiteriana Mackenzie é conhecida por esse forte vínculo com quem estuda ou trabalha nela. O projeto “Essa é a Nossa Cara” fortaleceu essa imagem.