



AUPP/UNISANTA - Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da Universidade Santa Cecília¹

Igor Vilchez Ramos GOMES²
Renata ALCALDE³
Universidade Santa Cecília, Santos, SP



RESUMO

A Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da Universidade Santa Cecília – AUPP/UNISANTA foi inaugurada no ano de 2005 e atende a demanda interna gerada pela Instituição, tanto em nível administrativo como prestando serviços para outros cursos ou faculdades, em divulgação de eventos, cursos de extensão e outras situações que exijam um profissional de publicidade e propaganda. Também desenvolve campanhas de cunho social, que tanto podem materializar-se em forma de campanhas educativas para a sociedade, ou no auxílio às instituições filantrópicas.

PALAVRAS-CHAVE: agência; portfólio; comunicação; UNISANTA.

1 INTRODUÇÃO

A maioria das Universidades que oferece o curso de Publicidade e Propaganda sabe o quanto é importante oferecer aos alunos um laboratório que os “desenvolva” como profissionais, um espaço que materialize os conceitos aplicados em sala de aula e que resulte na segurança que eles precisam para enfrentar o mercado de trabalho.

2 OBJETIVO

A Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da Universidade Santa Cecília – AUPP/UNISANTA tem como objetivo incentivar os alunos a pratica da profissão capacitando-os para o mercado de trabalho.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: igorvrg@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: realcalde@terra.com.br.



3 JUSTIFICATIVA

É fato que num curso de Comunicação, a prática da profissão se faz necessário. A UNISANTA precisava atender a demanda de serviços gerada por todos os cursos que oferece e viu nesta proposta a oportunidade de atender a todos e ainda promover o curso de publicidade e propaganda.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Acessos e consultas em sites, orientação de professores no horário de funcionamento da agência, consultas bibliográficas e encontros personalizados com profissionais do mercado local e de São Paulo, são algumas das ferramentas utilizadas para fundamentar todos os trabalhos desenvolvidos pela Agência Universitária de Publicidade e Propaganda da Universidade Santa Cecília – AUPP/UNISANTA.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O processo de seleção feito pela agência acontece por meio de uma entrevista oral e escrita para observar aptidões, disponibilidade e responsabilidade do aluno. A agência funciona das 9h às 13h e no período da tarde das 14h às 18h. Este período de estágio em hipótese alguma coincide com o horário de aula proposto pelo curso.

A cada ano, no início do semestre, este processo seletivo é aberto nas áreas de Atendimento, Planejamento, Direção de Arte, Redação, Mídia/Produção e Social Media.

A agência desenvolve materiais publicitários que envolve desde identidades visuais, campanhas, materiais de mídia impressa e online, principalmente com foco em redes sociais.

Nestes quase cinco anos de agência, diversos trabalhos já foram desenvolvidos e aproximadamente 70 estudantes integraram a equipe que está, agora, em sua quinta geração. Muitos trabalhos excederam expectativas em seus resultados, fidelizando clientes e por consequência, trazendo novos.

Entre eles, vale ressaltar o trabalho de uso consciente da água, aplicado no campus da faculdade, o qual ajudou na redução do gasto de água em cerca de 100 mil litros por mês.



Devido aos resultados positivos obtidos na campanha do uso consciente da água, o Comitê das Bacias Hidrográficas da Baixada Santista (CBH-BS) procurou-nos para a divulgação do I Seminário Caminhando para o Futuro, que tratava de assuntos relevantes à hidrografia da região.

6 CONSIDERAÇÕES

Além da aprovação de todos os “clientes/cursos” que solicitaram cada trabalho apresentado, apresentamos resultados/depoimentos que comprovam o comprometimento e profissionalismo da agência.

O primeiro depoimento é do Prof^o Dr. Fabio Giordano - Coordenador do Núcleo de Pesquisas Ambientais na UNISANTA,

É com grande prazer que testemunho minhas melhores referências ao excelente trabalho feito por esta agência universitária, de jovens talentos da Publicidade e Propaganda. Ainda permanecem em nossa memória visual as brilhantes peças publicitárias que a AUPP desenvolveu no ano de 2008, para os projetos que coordeno aqui na UNISANTA - O Núcleo de Pesquisas Ambientais. O Projeto Ecomanage foi um projeto para o estudo do impacto ambiental nos estuários de três locais da América Latina desenvolvido entre 2004 e 2008, em parceria com dez instituições de 6 países. Financiada pela Comunidade Européia, esteve presentes ao encontro os representantes: Dr. Job Baretta-NL; Dr. Ramiro Neves-PT e o Dr. Enrico Feoli-IT, que cogitaram a possibilidade da imagem criada para o encontro pela equipe da AUPP/UNISANTA, ser usada como capa do livro de encerramento do projeto, de tão bela que era. Já o Projeto Remangue foi um projeto de recuperação ambiental de manguezais no estuário de São Vicente-SP. Financiada em 2008/2009 pela Petrobras e desenvolvido por alunos professores e voluntários da comunidade, que com o apoio da AUPP/UNISANTA, ganhou uma série de folders, banners institucionais, que realçaram ainda mais a beleza e a importância de preservarmos este ecossistema. É por este motivo que recomendo e digo parabéns aos jovens criativos da AUPP/UNISANTA pelo carinho e dedicação ao meio ambiente. A natureza agradece!”

Letícia Mendes Ribeiro – Presidente do Diretório Acadêmico do Curso de Fisioterapia da UNISANTA afirma que:

De um conceito visual até uma simples frase de impacto, a AUPP em nenhum momento falhou ou mostrou desinteresse em relação aos jobs



pedidos. Quem passa por ela, com certeza tem um futuro brilhante! Ali dentro, tem publicitário de verdade.

O Diretor da FaAC – Faculdade de Artes e Comunicação da UNISANTA, um grande incentivador da Agência no que diz respeito ao aprimoramento de sua infra-estrutura e da capacitação dos estagiários e orientadores que a compõem diz:

A Agência Laboratório de Publicidade da UNISANTA consiste em uma importante atividade complementar destinada à prática, pelos alunos do curso, das atividades inerentes à produção publicitária. Além de possibilitar o aprimoramento do aprendizado em sala de aula, a atividade permite também que os alunos desempenhem tarefas que contribuem para a divulgação interna, iniciativas institucionais e de caráter social. Demonstra, igualmente, grande vocação para ampliar sua capacidade de atendimento e de estimular a participação cada vez maior dos alunos do curso.

Sobre um dos eventos promovidos pelo curso, a Galeria de Anúncios, Mauricio Washington – Sócio/Diretor de Criação da Agência *é! Propaganda* – Santos/SP e participante ativo da Banca Examinadora de trabalhos atesta

A Galeria de Anúncios da UNISANTA permite a nós, que estamos no mercado, conhecer o trabalho de quem vem por aí. Os alunos que participam sabem que precisam dar o seu melhor, pois já na Galeria irão expor para os que vão receber seus currículos e pastas em breve. Participar da votação é quase a mesma coisa que selecionar um futuro funcionário. Acho fundamental apoiar quem promove esse tipo de trabalho para os universitários que trabalharão na renovação das idéias da nossa profissão.

A UNISANTA e a Faculdade de Comunicação (FaAC) acreditam que a agência sirva para, além da capacitação específica de seus alunos que, durante o estágio, descobrem suas melhores habilidades e competências, como um trampolim para o mercado de trabalho.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COORÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda** (Contato Imediato). São Paulo: Ed. Global, 2004.
- GOODRICH, William B. **Praticando o planejamento de mídia**. São Paulo: Ed. Nobel, 2001.
- MARTINS, Zeca. **Redação publicitária: a prática na prática**. São Paulo: Ed. Atlas, 2003.
- RIBEIRO, Júlio. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar**. São Paulo: Ed. Atlas, 1989.
- TAMANAHÁ, Paulo. **Planejamento de Mídia**. São Paulo: Ed. Pearson, 2006.
- VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z**. São Paulo: Ed. Edicon, 2002.
- Anuário de Mídia 2007/2008**
- 32º Anuário do Clube de Criação de São Paulo.**
- Revistas “Propaganda” e “Marketing” (Ed. Referência)