



Portfólio Agência Laboratório Massan-z 2009¹

Thiago COELHO²

Ana Paula SALES,

Christian JORGE,

Elbert REIS,

Juliana FREITAS e

Thiago SOBRAL³

Lamounier Lucas Pereira JUNIOR⁴

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

A massan-z é a agência laboratório do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva. Foi criada com o intuito de proporcionar a prática aos acadêmicos do curso da Instituição, capacitando-os para o mercado. Este trabalho visa apresentar os melhores trabalhos desenvolvidos pelos estagiários da agência em 2009.

PALAVRAS-CHAVE: massan-z; publicidade e propaganda; agência; comunicação.

INTRODUÇÃO

A publicidade é uma paixão que envolve todas as pessoas. Não importa se a profissão é ou não exercida por aqueles que vêm fascinados a atuação da publicidade. Quem nunca se encantou com um anúncio bem feito? No entanto, para a realização de tudo isso é preciso muita criatividade, dedicação e ousadia atrelado a um detalhe fundamental: ter os pés no chão, até porque toda paixão tem lá seus momentos de inconstância.

A massan-z surgiu em 12 de novembro de 2001 com o objetivo de trazer os alunos do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva para dentro da agência, para que tivessem um olhar crítico do mercado e um contato efetivo com a prática, uma vez que a teoria já era aprendida por horas a fio dentro da sala de aula. Com um resultado cada

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

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

³ Alunos do Centro Universitário Newton Paiva

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: raoult@bol.com.br.



vez mais satisfatório, há 9 anos no mercado a massan-z já atendeu uma média de 200 clientes. A cada semestre, cerca de 30 alunos são capacitados para o mercado publicitário. A massan-z tem dois coordenadores que auxiliam os estagiários e coordenam os trabalhos realizados dentro da agência. O diretor de criação assiste, supervisiona e aprova os trabalhos elaborados pelas duplas de criação e web, além de colocar os pés da “galera” no chão às vezes, já que nem sempre os nossos clientes estão preparados para algumas idéias mirabolantes. A coordenadora de atendimento direciona o atendimento, acompanhando todo o contato entre agência e cliente, além de ser a responsável geral da agência. Apesar de ter seu foco voltado para o mercado, atendendo a clientes de pequeno porte para não competir com as agências profissionais do mercado mineiro, a massan-z atende também a demandas internas da Instituição e a clientes de responsabilidade social.

2 OBJETIVO

Capacitar os seus alunos a desenvolverem o seu talento, mesmo que este esteja escondido ou apenas latente.

3 JUSTIFICATIVA

A massan-z visa ser uma “incubadora de talentos”, onde encontram-se alunos em condições de desenvolver bons trabalhos, e acima de tudo, aprender com as oportunidades oferecidas. A nova concepção da agência é de que a massan-z precisa expor os seus trabalhos e mostrar o potencial que os seus estagiários possuem, pois desta forma terão uma possibilidade maior de serem aceitos e reconhecidos no mercado de trabalho.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Tamanhos sonhos e tantas expectativas mereciam uma estrutura de primeira linha. Trata-se de um espaço de 60 m², com diversos equipamentos para auxiliar no aprendizado dos estagiários, 30 Imac G4, 4 Imac G5, 3 Pc’s, 1 impressora EpsonStylus Color 77i, 1 impressora multifuncional Ricoh, 1 scanner Heidelberg Linoscan 1400, 1 scanner Canon



N656U e 1 máquina fotográfica digital Canon. Agora com tantos equipamentos “tops de linha”, seria uma covardia entulhá-los com softwares antigos, inadequados, transformando essas máquinas em verdadeiras carroças. A massan-z conta com programas atualizados: são softwares de design gráfico e editoração - Photoshop, Illustrator, Corel Draw, Flash, Dramweaver, QuarkXpress, entre outros – e material de referência para pesquisas como dicionários, livros de bancos de imagens, livros Didáticos e etc. O Centro Universitário disponibiliza monitores para nos ajudar, assessorando e dando assistência em problemas e dúvidas com os equipamentos e softwares, quando necessário.

Entretanto, máquinas não trabalham sozinhas, por isso a massan-z realiza todos os semestres uma seleção entre os alunos do curso de Publicidade e Propaganda. Os mais talentosos e promissores são então convocados e divididos nas seguintes áreas: atendimento, operações, direção de arte, redação, web design, fotografia, produção gráfica e finalização. São formadas duas equipes sendo uma para o período da manhã e outra para o período da tarde.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto oferecido pela massan-z é publicidade e propaganda, portanto, para apresentá-la foram selecionados 8 trabalhos criados na agência no ano de 2009, dentre eles trabalhos feitos em parceria com o jornal Hoje em Dia de Belo Horizonte.

O Hoje em Dia, é um jornal de grande representatividade no cenário mineiro, além de levar informações diárias e atuais para seus leitores, também atua fortemente em questões de responsabilidade social.

No primeiro trabalho solicitado o Jornal Hoje em Dia, como agente transformador de realidades, pretendia lançar uma campanha de conscientização, mostrando a importância da gentileza urbana. O cliente nos deu a oportunidade de criarmos peças em qualquer formato que pudesse ser veiculado no jornal. O objetivo principal da campanha era esclarecer à comunidade sobre a importância da gentileza urbana, além de conscientizar e incentivar a prática destes atos de solidariedade.

Buscamos uma forma de despertar a atenção das pessoas e incentivar a prática de gestos simples de gentileza que são do nosso cotidiano. Para isso, foram criados dois anúncios de meia página e oito anúncios de rodapé para jornal com layouts descontraídos, cada um composto por ícones de trânsito diferenciados e cores chamativas.



Ainda preocupados com o meio ambiente e as questões sociais, o Jornal Hoje em Dia resolveu criar um seminário em prol do meio ambiente. Então, pelo terceiro ano consecutivo, o Hoje em Dia procurou a massan-z para criar a campanha de divulgação do seu sétimo Seminário de Meio Ambiente e Cidadania, realizado em Junho de 2009. Buscamos criar uma campanha que ao mesmo tempo que tivesse um toque humorístico, transmitisse toda a seriedade do assunto em questão, a preservação do meio ambiente. O primeiro mostrava um pé de água, o segundo uma árvore pedindo carona e o último um homem dentro de uma lixeira, como se o mesmo fosse um lixo. O intuito era relatar através de cenas hipotéticas as transformações do meio ambiente em prol da sua própria manutenção, já que o homem não havia sido capaz de fazê-lo. Os textos das peças focavam a economia de água, a preservação do verde e a reciclagem.

Foram criados cartazes A3, panfletos, ad's jornais de ¼ e ½ página, spot, VT e hotsite. A campanha obteve um resultado satisfatório, pois atraiu um maior número de participantes para o seminário.

Em um terceiro momento, propusemos ao Hoje em Dia uma campanha sobre reciclagem, com o objetivo de conscientizar a população em prol desta ideologia. Proposta aceita, criamos a campanha que foi composta por 5 peças distintas, seguindo os 5 produtos que a reciclagem compreende: metal, plástico, vidro, papel e orgânico. Em todas as peças foram utilizadas fotos de produtos reciclados e frases de impacto que se referiam ao produto em questão de cada layout. A divulgação foi realizada através de Ad's jornais em vários formatos.

Os demais trabalhos foram feitos para as seguintes empresas:

GERFAN, empresa de Usinagem e Caldeiraria, situada em Conselheiro Lafaiete, com oito anos de mercado. Possui uma ampla estrutura administrativa e operacional, com extenso galpão e pátio. Produz peças e estruturas com qualidade e busca aprimorar os processos de fabricação. Seus principais produtos são inserts, embutidos e chumbadores metálicos para construção civil. Possui duas filiais, uma em Ouro Branco e outra em sua região de atuação. O cliente procurou a massan-z com o intuito de desenvolver um material que fosse capaz de divulgar sua empresa e atrair novos clientes.

Para solucionar o problema apresentado pelo cliente fez-se a reformulação da marca e criação de um presentation para gerar maior visibilidade da empresa/marca e conseqüentemente adquirir maior destaque no mercado. A marca é composta por um símbolo gráfico que representa um torno mecânico e suas cores e tipologia transmitem seriedade e solidez. Para o presentation foi criado um layout moderno, representando o



processo de evolução pelo qual a empresa passou recentemente, com diversas fotos que ilustram sua estrutura e seus produtos. Os textos são em inglês e português para comunicar com todo seu público-alvo. É uma peça convincente, eficiente, e torna a apresentação mais interativa e dinâmica.

Petrovila, com 20 anos de atuação no segmento de combustíveis e produtos químicos, é composta por postos de gasolina, lojas de conveniência e uma empresa de produtos químicos – aguarrás, thinner e querosene. Como o mercado de distribuição de combustíveis é muito competitivo e os quesitos prazo e preço são bem parecidos entre todos os concorrentes, o cliente buscava um diferencial para posicionar sua empresa entre o público-alvo e captar novos clientes.

Decidimos, portanto, reformular os rótulos das embalagens de aguarrás, querosene e thinner. Padronizando estes rótulos, buscamos uma maior fixação e assimilação da marca/empresa pelo cliente e conseqüentemente uma fidelização à ela.

Solar Incorporadora, está no mercado desde 2005, antes com o nome de José Carlos Incorporadora, atua no mercado de construção civil. Com recursos próprios, ele e seu sócio compram terrenos e constroem imóveis para vender, sempre terceirizando o serviço especializado. Até então, atuavam dessa forma como pessoas físicas. Mas o aumento da demanda exigiu a legalização da atividade e então surgiu a empresa incorporadora de imóveis. Agora, como empresa, sua necessidade era criar sua identidade visual para ser reconhecida por seus clientes reais e potenciais.

Inicialmente criamos um nome para a empresa curto e fácil de ser pronunciado, o que permite o reconhecimento e fixação dos clientes reais e potenciais. Foi criada também um logotipo e papelaria básica para transmitir a seriedade e compromisso da empresa com seus clientes.

A Semana de Comunicação – 4º Contato é um evento realizado pelos cursos de Comunicação Social, por meio do Centro de Comunicação Integrada (CCI) da Newton Paiva. Em 2009, os cursos comemoraram seus 10 anos e para celebrar este aniversário, ocorreu um semestre cheio de comemorações que incluía o evento em questão. O encontro é um momento de reflexão sobre temas contemporâneos e se constitui de ciclos de palestras e oficinas. Embora dirigido aos estudantes das três áreas da Comunicação, o encontro é aberto a toda a comunidade acadêmica. Foi então solicitado uma campanha para divulgar a Semana da Comunicação e também a comemoração dos dez anos dos cursos.



A massan-z produziu para a divulgação deste evento um hot site, um banner, cinco modelos de cartaz e quatro modelos de postal publicitário, todos eles seguindo a mesma linha de criação.

A Agência Laboratório *massan-z* tem por objetivo capacitar os alunos para o mercado de trabalho através da vivência real da rotina de uma agência de publicidade e propaganda profissional. Por ter esse objetivo, é necessário que todas as agências de publicidade e propaganda e veículos conheçam a *massan-z* e a excelência de seus estagiários, para que os mesmos tenham uma ótima receptividade por parte do mercado.

Desta forma, era necessário criar um material consistente que divulgasse a *massan-z* e a qualificação de seus estagiários.

Foi desenvolvido, portanto, mediante a necessidade da agência, um kit que continha todas as informações sobre a *massan-z* e sobre os ex e atuais estagiários destes 9 anos de trabalho. Este kit era composto por uma caixa de madeira, envelhecida, com um silk do tema do case “Talentos tipo Exportação”. O intuito foi fazer uma analogia entre a preparação dos estagiários da *massan-z* com os cuidados que se devem ter para cultivar frutos de boa qualidade. Esta caixa era composta por um frasco de geléia de maçã, muffin de maçã e dois saquinhos, um com balas de maçã verde e outro com maçãs desidratadas. Também fazia parte do case um folder e um DVD, composto por um vídeo e os currículos dos atuais e ex estagiários. O case foi enviado para as 100 maiores empresas de comunicação, entre agências e veículos, de 5 metrópoles (Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Curitiba), além do triângulo mineiro. A campanha teve boa repercussão tendo em vista que os coordenadores da *massan-z* receberam vários pedidos de indicações de estagiários e profissionais do mercado, além de elogios com relação a originalidade do case.

6 CONSIDERAÇÕES

A massan-z, em seus 9 anos de existência, vem cumprindo seu papel educacional proporcionando aos seus estagiários uma vivência real no mercado publicitário, atendendo a clientes dos mais variados ramos de atividades, com públicos diversos e propostas que vão desde responsabilidade social a promoção de vendas e serviços. Com qualidade e compromisso, a agência vem ganhando, a cada semestre, mais espaço e destaque no curso de publicidade e propaganda da Newton Paiva e no mercado, captando sempre novos



clientes. Os estagiários que passam pela agência sempre são recompensados com seus portfólios e conseguem uma boa colocação no mercado de trabalho publicitário.