



House – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda¹

Lorena das Chagas CORRÊA²

Fernanda Bento ZEN³

Venilton REINERT⁴

Roberta Del-Vechio⁵

FURB – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, SC

RESUMO

A House – Agência Experimental do curso de Publicidade e Propaganda da FURB – tem o objetivo de estabelecer um elo acadêmico com o mercado profissional, produzindo materiais de comunicação para a utilização no ambiente interno da Universidade e para entidades sem fins lucrativos. A Agência Experimental possibilita ao aluno a vivência real de uma agência de propaganda, favorecendo a indissociabilidade entre o ensino e a extensão. Envolvendo-se nas atividades de atendimento, planejamento, criação, redação, mídia e produção, o estudante adquire experiência de mercado dentro da própria Universidade. Para os acadêmicos do Curso, os benefícios de participar da Agência Experimental vão além da teoria e prática de conteúdos, pois o trabalho permite o contato com problemas sociais e mercadológicos da comunidade em que os estudantes estão inseridos.

PALAVRAS-CHAVE: Agência Experimental; Publicidade e Propaganda; Comunicação.

1 INTRODUÇÃO

Desde a implantação do curso de Publicidade e Propaganda da FURB em meados dos anos 1990, o Departamento de Comunicação do CCHC (Centro de Ciências Humanas e da Comunicação) tentava viabilizar a implantação da Agência Experimental de Publicidade e Propaganda. Uma das primeiras pessoas a desenvolver o projeto da Agência foi a Professora Sonia Vilella Bandeira juntamente com os demais professores do Departamento de Comunicação. Segundo Bandeira (1998) o principal objetivo da agência ao ser fundada

¹ Trabalho apresentado à Pesquisa Experimental em Comunicação da Região Sul (Expocom Sul 2010) na categoria Publicidade e Propaganda, Modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

² Aluno líder do grupo e estudante do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB – Universidade Regional de Blumenau.

³ Aluno membro do grupo e estudante do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB – Universidade Regional de Blumenau.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB – Universidade Regional de Blumenau.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB – Universidade Regional de Blumenau.



seria em qualificar o ensino e o profissional de Publicidade e Propaganda graduados na FURB. A agência iria significar uma iniciativa de contribuição para o curso e mobilizaria esforços no sentido de inserí-los nas preocupações metodológicas e científicas do conhecimento e da prática da comunicação, bem como maior integração entre a comunidade universitária. Assim, os planos saíram do papel, e em 1998, deu-se início à Agência Experimental da FURB.

A agência é o laboratório do curso de Publicidade e Propaganda na qual ocorre um processo de ensino aprendizagem, uma troca sistemática de informações seguindo as diretrizes do PPP do curso. A agência é o espaço para o planejamento das ações que envolvem todos os setores de uma agência assim como, é o espaço para o desenvolvimento de trabalhos interdisciplinares.

2 OBJETIVO

O objetivo da House – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda, é fortalecer o processo de ensino e aprendizagem, criando uma troca sistemática de informações de acordo com as diretrizes do PPP do curso. A House se compromete com a busca de soluções comunicacionais para os problemas locais e regionais de forma que contribuam por meio de campanhas comunitárias, na melhoria de vida da comunidade local.

Neste contexto, ela serve também para atividades interdisciplinares na qual os professores de diversas áreas acompanham os processos de desenvolvimento de trabalhos. Por isso trata-se de um espaço de interação no qual alunos e professores elaboram projetos coletivos.

3 JUSTIFICATIVA

A House – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda, tem um papel fundamental dentro do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB, pois propicia ao aluno o contato com a realidade do mercado, vivenciando as práticas dos vários setores de uma agência, assim como o contato com fornecedores e prestadores de serviços para a agência de propaganda. Assim, o acadêmico tem uma visão realista do mercado e holística sobre o papel da comunicação e da agência de propaganda.



4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A House desenvolve campanhas de comunicação de produtos e serviços internos da Universidade, assim como de entidades não governamentais e sem fins lucrativos da comunidade local. Desta forma o curso fortalece seu compromisso com a instituição e com a comunidade em que está inserida.

As atividades da House seguem as diretrizes do PPP do curso, no qual destaca-se o objetivo de proporcionar maior aproximação com a comunidade. Desta forma, aproveita-se a experiência da universidade na área de comunicação social e viabiliza-se a apropriação autônoma e livre dos conhecimentos acadêmicos junto a comunidade atendida.

Dentro desta concepção, as demandas são recebidas pela coordenação do curso para análise e posteriormente são repassadas para a agência.

A primeira atividade é a reunião para definição do plano de trabalho, os acadêmicos desenvolvem as etapas de briefing, planejamento, criação, produção e mídia acompanhados por professores das respectivas áreas.

Segundo Sampaio (1999, p. 51):

São diversas funções que cabem às agências de propaganda. As principais são o planejamento da comunicação publicitária de seus clientes, a criação das mensagens mais indicadas, a produção física (interna e externa) dessas mensagens, o estudo e a planificação das melhores alternativas de uso dos veículos, o encaminhamento para veiculação das mensagens escolhidas e a aferição dos resultados de todo o esforço. [...] A maior função da agência é, sem dúvida, a criação das melhores alternativas de propaganda para cada problema de cada cliente.

A definição de Sampaio para a funcionalidade de uma agência de publicidade e propaganda vem ao encontro das propostas e das atividades realizadas na House.

Os trabalhos da House⁶ são desenvolvidos por meio de um conjunto de ações pedagógicas e transformadoras com a participação de bolsistas, monitores, estagiários e voluntários no qual se participa de uma reflexão do processo da comunicação, incorporação de novas mídias.

A grande inovação da House foi a implantação de um blog em maio/2007, onde todos os alunos do curso passaram a acompanhar o processo diário de desenvolvimento de

⁶ O endereço do Blog da House se encontra no link: www.furb.br/agencia (nele se encontram a maioria dos trabalhos desenvolvidos).



campanhas com a possibilidade de apresentar contribuições em suas áreas de interesse. Até abril de 2010, o blog já possuía 10208 acessos (08 abril).

5 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA AGÊNCIA⁷

No ano de 2009, a House desenvolveu 33 campanhas totalizando 72 peças publicitárias. Deste total, 25 campanhas foram desenvolvidas para produtos e serviços internos da Universidade e 8 foram para ONGs da cidade.

O trabalho das ONGs está vinculado ao projeto de extensão da FURB Comunicação e Comunidade. Desta forma, a prática ensino e extensão se consolida diariamente no espaço acadêmico institucional.

5.1 Trabalhos realizados

A seguir, alguns trabalhos desenvolvidos pela Agência Experimental.

- Campanha Cisne Negro: o objetivo da campanha abrangeu a criação de uma identidade visual e a divulgação do trabalho desenvolvido pela ONG Cisne Negro – criada pelos acadêmicos da FURB.
- Intercom 2009: essa campanha foi desenvolvida em parceria com um dos professores do curso com o objetivo de criar uma identidade visual para o evento, bem como divulgá-lo.
- Cartazes do Curso de Férias: o objetivo era divulgar os cursos de férias oferecidos pelo centro acadêmico de comunicação da FURB (CALCOMUNIC).
- Divulgação do Curso de Formação Básica de recepcionistas promovido pelo curso de Turismo e Lazer da FURB.
- Reformulação do convite para Feijoada da Casa São Simeão.
- Cartaz de divulgação do projeto Imaginar, cujo objetivo era incentivar a criação.
- Cartaz Momento Argentino: o objetivo do cartaz era convidar o público a assistir a peça realizada pelos estudantes do curso de artes da FURB.

⁷ Este texto foi desenvolvido com informações coletadas em documentos e informações verbais dos professores do Departamento de Comunicação da FURB.



Figura 02: Adesivo Campanha Cisne Negro
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 11: Certificado Campanha Intercom Sul
Fonte: Agência Experimental da FURB



Nada supera o esforço!

Venha para os cursos de férias!

Matutino:
Locução: Publicitária e Apresentação (Lab. Áudio) - Everton (Morango)
After Effects - Baron (Laboratório de vídeo)

Noturno:
Locução: Publicitária e Apresentação (Lab. Áudio) - Everton (Morango)
Produção e Finalização de Arquivos para Impressão (Sem Sala Definida)
(Pré Requisito: Conhecimento em Photoshop e CorelDraw) - Patrick (Gráfica Odorizzi)
Cinegrafia (Estúdio Lab. Vídeo) - Anderson (FURB TV)

Serão 20 horas/ aula.
Período: do dia 13/07 17/07
Preço: R\$10.00 Por Curso

Mais informações e horários
no blog: <http://blog.calcomunic..com.br/>

Figura 07: Cartaz Curso de Férias
Fonte: Agência Experimental da FURB



Visando a inserção do jovem no mercado de trabalho, o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares (SIHORBS) em parceria com a FURB e FFM oferece:

Curso para formação básica de Recepcionistas.
(hotéis e restaurantes)

Assuntos:
Turismo (básico e turismo em BNU incluindo city tour) - 12 horas
Etiqueta Profissional - 8 horas
Princípios básicos de atendimento e hospitalidade - 8 horas
Atividade prática - 12 horas (Hotel Plaza Blumenau)

Data: 24/11/2009 à 17/12/2009
(aulas terças, quintas e 8 horas práticas aos sábados)

Horário: 13:30 às 17:30

Local do curso: Câmpus I - FURB
Bloco: Sala: .

Certificados emitidos pela FURB.
Público alvo: jovens de 15 a 24 anos, que desejam trabalhar no setor.

Gratuito
Vagas Limitadas
(30 pessoas)

Inscrições:
SIHORBS Rua: XV de Novembro, 550 - 4º andar -
Edifício Catarinense Centro - Blumenau - SC.
FURB - Câmpus I Rua Antônio da Veiga, 140
(Sala D 001 e D 101) Victor Konder - Blumenau - SC.
Maiores informações: (47) 3321-0638 - 3321-0347
projetoTurismoblu@gmail.com

Organização: FURB - UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA
Patrocínio: SIHORBS, FFM - Fundação Fritz Müller
Apoio: Plaza HOTÉIS PLAZA BLUMENAU

Figura 13: Cartaz Curso de formação básica de recepcionistas.
Fonte: Agência Experimental da FURB

3ª Feijoada da Casa São Simeão

Vale uma Feijoada

R\$12,00

Dia 20 de junho.
À partir das 12h.
Rua: Norberto Seara Heusi, 419.
Bairro: Asilo

CASA SÃO SIMEÃO

Figura 14: Convite Feijoada Casa São Simeão.
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 15: Cartaz Projeto Imaginar.
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 16: Cartaz Momento Argentino.



Fonte: Agência Experimental da FURB

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Sonia Villela. **Projeto de viabilização da Agência Experimental**. Blumenau, SC, 1998.

PPP (Projeto Político Pedagógico) do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da FURB, 2009.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.