



FACOS AGÊNCIA¹

Maria Cândida Noal CASSOL²
Thana BARCELLOS³
Sylvia MADEIRA⁴
Ricardo Shinji Severo MOMOI⁵
Diego Leite MACHADO DA LUZ⁶
Uryel Marconatto MARQUES⁷
Caio Bonamigo DORIGON⁸
João Arthur HOMRICH⁹
Ettore Stefani de MEDEIROS¹⁰
Alexandre da Silva ARAÚJO¹¹
Andiesca Bernardini BELLO¹²
Mariana Heberle REIS¹³
Juliana PETERMANN¹⁴
Janderle RABAIOLLI¹⁵

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul

RESUMO

O presente trabalho visa a apresentar o portfólio e a dinâmica de trabalho da Facos Agência, agência experimental do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Além disso, pretende mostrar a importância dessa Agência Jr. de Publicidade e Propaganda na formação acadêmica e profissional dos alunos que dela participam assim como na preparação dos mesmos para o mercado de trabalho.

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

INTRODUÇÃO

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: maria_cassol@hotmail.com.

³ Estudante: 7º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: thanabarcillos@hotmail.com.

⁴ Estudante: 3º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: sylvinha_mf@hotmail.com.

⁵ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: shinjimomoi@gmail.com.

⁶ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: diegoleiteluz@gmail.com.

⁷ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: uryel-mm@hotmail.com.

⁸ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: caiodorigon@hotmail.com.

⁹ Estudante: 7º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: joao.ah@gmail.com.

¹⁰ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: ettoremedeiros@gmail.com.

¹¹ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: alexandres-araujo@hotmail.com.

¹² Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: andiesca@yahoo.com.br.

¹³ Estudante: 5º. Semestre Com. Social - Publicidade e Propaganda, email: mariii_reis@hotmail.com.

¹⁴ Orientador do trabalho. Profª do Curso de Comunicação Social Hab. Publicidade e Propaganda da UFSM, Mestre em Estudos Linguísticos pelo PPGL da UFSM, Doutoranda pelo PPGCOM da Unisinos, email: jupetermann@hotmail.com.

¹⁵ Orientador do trabalho. Publicitário (UPF), Especialista em Gestão de Pessoas e Negócios (FAE), Mestre em Letras (Unioeste), Professor Assistente de Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM e orientador/coordenador da Facos Agência, e-mail: rjanderle@hotmail.com.



A Facos Agência de Comunicação foi criada em 1995 com o objetivo de associar a teoria aprendida em sala de aula com a prática mercadológica. É um espaço de interação entre alunos, funcionários e professores orientadores que busca estimular boas ideias, inovação e criatividade.

Além disso, a agência tem por objetivo preparar o aluno para o ingresso no mercado. Tal resultado é obtido através da estrutura e da dinâmica de trabalho que se aproximam do mercado real.

O resultado do trabalho realizado em equipe, com diálogo, troca de experiências e orientação de um professor possibilita ao aluno da agência crescimento acadêmico e profissional. A concretização dessa evolução pode ser percebida no portfólio de cada um ao deixar a Facos Agência rumo ao mercado.

2 OBJETIVO

Levando em conta que, atualmente, a preparação de um profissional de Publicidade e Propaganda não se concretiza somente com conteúdos e atividades inerentes a uma sala de aula, a agência experimental surge com o objetivo de melhor preparar os graduandos do curso em capacitação crítica, criativa e técnica. Dentro da agência, que busca reproduzir da maneira mais fiel possível a forma de trabalho nas agências comerciais, o aluno tem a oportunidade de vivenciar experiências do dia-a-dia do publicitário e aprender com elas. O diferencial da agência experimental está justamente na orientação de professores da área e no diálogo constante com outros colegas que possibilita resultados criativos e um crescimento coletivo, ao mesmo tempo em que os clientes reais proporcionam a prática de todos os fluxos de trabalho de uma agência profissional, contando inclusive com trabalhos em que a terceirização é colocada em prática, através dos demais laboratórios de comunicação da Instituição.

3 JUSTIFICATIVA

O aluno estagiário da agência experimental tem a oportunidade de testar novas soluções para os problemas de comunicação de seu cliente e assim atingir com sucesso o objetivo que “a propaganda tem de absorver com rapidez a atualidade e oferecê-la em diversas facetas diferentes refletindo em cada uma delas a própria transformação do cotidiano” (LADEIRA, 1987, p.30). Isso é possível através da autonomia dada ao acadêmico e do trabalho em equipe realizado.



A Universidade Federal de Santa Maria conta com uma estrutura de comunicação composta por uma Coordenadoria de Comunicação social (rádio AM, canal de televisão, agência de notícias, site institucional), que se centra basicamente no trabalho de veiculação e divulgação dos fatos e notícias da Instituição. Assim, a Facos Agência cumpre o papel de uma agência, embora em caráter experimental, que utiliza seu potencial criativo e de organização para dar suporte aos órgãos, eventos e demais instâncias da Universidade.

Mesmo que todos os clientes da Facos Agência pertençam à UFSM, a experiência de lidar com diferentes pessoas e situações e de cumprir os prazos estabelecidos proporciona ao estagiário vivenciar algo muito próximo do que acontece no mercado real. Assim, a agência experimental cumpre seu objetivo de formar alunos mais preparados acadêmica e profissionalmente.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A FACOS Agência é coordenada pelo Prof. Ms. Janderle Rabaiolli e pela Profa. Ms. Juliana Petermann que são responsáveis pela administração, gerenciamento e alunos bolsistas e voluntários. Conta ainda com o trabalho da servidora Cleusa Sanfelice que, além de auxiliar os coordenadores nas suas funções, atua na aquisição/reposição de material de almoxarifado e orienta os alunos nas questões burocráticas em relação aos clientes.

Atualmente, a agência conta com a presença de doze bolsistas que atuam nas áreas de atendimento/planejamento, direção de arte, redação, mídia e *follow up*. Dentro dessa estrutura os alunos dividem-se em trios onde cada um realiza uma das seguintes funções: atendimento/planejamento, direção de arte ou redação. Um mesmo bolsista realiza as funções de mídia e *follow up*, pois a demanda de trabalho que exige planejamento de mídia dentro da Universidade é muito pequena.

São atendidos exclusivamente órgãos e centros (envolvendo departamentos e cursos) da UFSM que procuram a agência para solucionar problemas de comunicação. O cliente entra em contato com o professor responsável que vai designar um trio para determinado trabalho. Os serviços prestados podem variar entre: planejamento de comunicação e/ou publicitário, criação de peças isoladas, campanha publicitária e/ou identidade visual. Com o objetivo de aproximar a realidade acadêmica e de mercado, a agência atua com uma tabela de custos internos, com preços módicos se comparados ao mercado, sendo que os valores cobrados dos clientes são investidos na estrutura do laboratório, em materiais ou revertidos em bolsa para os alunos.



A Facos Agência, quando necessário, trabalha em conjunto com outros três laboratórios do Curso de Comunicação Social: AGERP (Agência Experimental de Relações Públicas), LAPPE (Laboratório de Pesquisa e Produção Editorial) e Estúdio 21 (produtora experimental). Dessa maneira, busca-se consolidar na prática o conceito de comunicação integrada aprendido em sala de aula.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Como foi referido anteriormente, os estagiários da Facos Agência dividem-se em trios e desenvolvem uma das três funções: atendimento/planejamento, direção de arte ou redação. Cada trio atende em média quatro clientes, esse número podendo variar conforme a complexidade dos trabalhos.

O fluxo da agência funciona da seguinte maneira: o cliente entra em contato com o professor orientador que vai designar um trio para realizar determinado trabalho. O processo inicia com o atendimento, que vai até o cliente e desenvolve um *briefing*. Este documento é repassado em uma reunião para o diretor de arte e redator. Após todos estarem cientes das necessidades do cliente é feita uma reunião de *brainstorm*, onde o problema de comunicação começa a ser resolvido.

Na Facos Agência o atendimento/planejamento participa de todo o processo de criação, assim como acontece hoje na maior parte das agências do mercado, pois “o atendimento tem que comprar uma ideia para vendê-la ao cliente. Portanto tem que haver cumplicidade entre atendimento e criação” (IMOBERDORF, 1989, p.145). Além de manter contato direto com o cliente e desenvolver o *briefing*, o atendimento/planejamento também é responsável pelo planejamento e contrato. Dentro da agência a existência do planejamento tornou-se indispensável, pois esse documento como diz Correa (2008, p.115) “pode ser conceituado como sendo um instrumento de trabalho do dia-a-dia, bastante flexível, que facilitaria a tomada de decisões porque existe uma orientação das atividades projetadas”.

Com relação ao diretor de arte “de nada adianta o talento se ele não dominar a técnica, que deve ser a ferramenta e o veículo do talento” (IMOBERDORF, 1989, p.143), por essa razão é fundamental que conheça as técnicas de criação e produção. Na agência, sob orientação, será possível aperfeiçoar habilidades em desenho, ilustração, fotografia e outras.

Considerando o que diz Gonçalves (1998, p.42) quando citado por Gonzales (2003, p.14) o texto publicitário é “uma escultura e comunica no conjunto (...), em que inicialmente o redator joga as ideias conforme as informações do *briefing* e depois o

esculpe como se fosse uma obra de arte; o objetivo é dar-lhe força de comunicar a ideia iconicamente”, o redator deve trabalhar em conjunto com o atendimento/planejamento e diretor de arte para detectar as reais necessidades do cliente. Com o trabalho executado dessa forma, será possível para o redator formular textos que façam sentido para o público-alvo de determinado anúncio ou campanha.

O estagiário que desenvolve a função de mídia é responsável por auxiliar os trios nessa área quando preciso, pois a demanda de trabalho que exija planejamento de mídia na agência é muito pequena, podendo ser exercida por uma única pessoa em conjunto com os trios. O mesmo estagiário desenvolve a função de *follow up*, em que mantém a agência organizada através do gerenciamento da entrada e saída de trabalhos e de relatórios.

O processo de seleção de novos estagiários para a Facos Agência é realizado, pelo menos, uma vez por semestre. Não há tempo máximo de permanência estipulado na agência, mas os estagiários costumam trabalhar por cerca de um ano. Para desligar-se da agência, o aluno deve antes cumprir todos os trabalhos pelos quais é responsável.

O fluxo de trabalho da Facos Agência pode ser melhor descrito no organograma a seguir

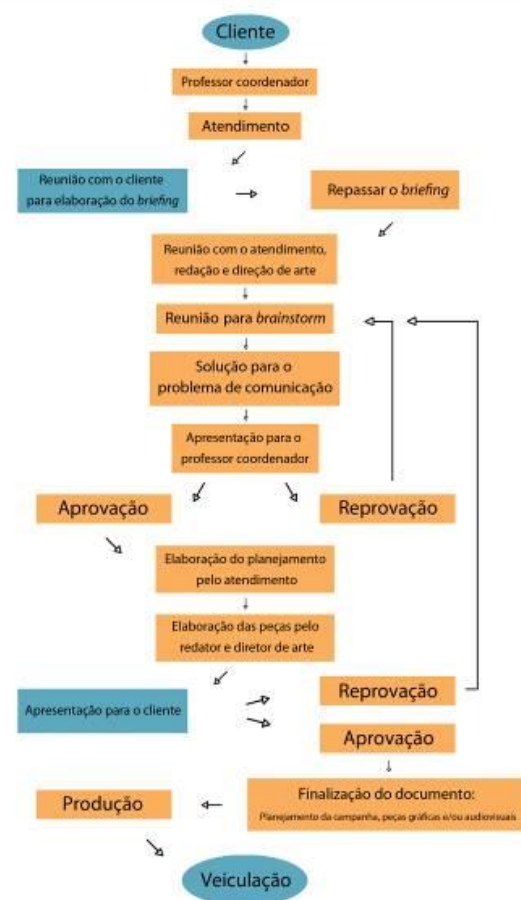


Figura 1: Organograma do fluxo de trabalho

(FIGURA 1).

Algumas das produções da Facos Agência no período de Março de 2010 a Abril de 2011

1. 42º Simpósio Brasileiro de Pesquisa Operacional. Saúde Humana, saúde animal e ecossistema.



Responsável pelo trabalho:

- Atendimento/Planejamento: Filipe Bordinhão
- Redação: Eduardo Ornes
- Direção de arte: Gabriel Soares

Job: O 42º Simpósio Brasileiro de Pesquisa Operacional (SBPO) foi um evento organizado pela UFSM e realizado em Bento Gonçalves, entre os dias 30 de agosto a 3 de setembro de 2010. A Facos Agência foi a desenvolvedora de toda a campanha de comunicação da edição, inclusive da marca que visa a representação visual do tema da edição: "Saúde Humana, Saúde Animal e Ecossistema" (APÊNDICE A).

2. Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis (PRAE).

- Atendimento/Planejamento: Maria Cândida Noal Cassol
- Redação: Camila Tauchen
- Direção de arte: Daniel Britto

Job: desenvolver campanha publicitária para o programa Acolhe PRAE que tem por objetivo receber os alunos ingressantes na UFSM e mostrar as ações desenvolvidas pela PRAE dentro da Universidade assim como os benefícios que a mesma oferece aos alunos (APÊNDICE B).

3. Jornada Acadêmica Integrada – 25 Anos.

- Atendimento/Planejamento: Thana Barcellos
- Redação: João Arthur Homrich
- Direção de arte: Thomás Townsend

Job: campanha publicitária e ações para consolidar a JAI como um evento fundamental para os alunos; fortalecer a marca; destacar os 25 anos da JAI; convencer o público-alvo a participar; oferecer informações com mais clareza; aumentar o número de inscritos; despertar o interesse de alunos já participantes do evento a inscreverem-se de novo; conscientizar os professores da importância da JAI para seus alunos e fazer com que os incentivem a participar do evento (APÊNDICE C).

4. Centro de Ciências Naturais e Exatas da UFSM - CCNE.

- Atendimento/Planejamento: Dayane Da Cas
- Redação: Kiprian Reinhardt
- Direção de arte: Ricardo Shinji Severo Momoi



Job: A CCNEXT é uma revista eletrônica que abrange assuntos referentes aos cursos que pertencem ao Centro de Ciências Naturais e Exatas da UFSM. A campanha consistiu na criação de um cartaz de lançamento da revista, marca páginas e *teaser* online. Foi pedido que a identidade visual fosse ressaltada nas peças, mantendo as cores (azul e amarelo) e as fontes que compunham a marca (APÊNDICE D).

5. Unidade Descentralizada de Educação Superior de Silveira Martins - UDESSM.

-Atendimento/Planejamento: Thana Barcellos

-Direção de arte: Diego Leite Machado da Luz

Job: Atualizar o site do Campus da UFSM de Silveira Martins e propor um layout que mantenha a mesma identidade visual da marca da UDESSM (APÊNDICE E).

6. Feira do Livro de Santa Maria 2011

-Atendimento/Planejamento: Maria Cândida Noal Cassol e Thana Barcellos

-Mídia: Mariana Heberle Reis

-Redação: Caio Bonamigo Dorigon e João Arthur Homrich

-Direção de arte: Diego Leite Machado da Luz e Pâmela Cutti

Job: desenvolvimento de toda a campanha de divulgação da Feira do Livro de Santa Maria 2011. Esse trabalho mostra que a Facos Agência pode adaptar-se conforme as necessidades do cliente. Por ser um trabalho de grande porte, envolveu uma equipe maior dedicada quase que exclusivamente a esse cliente (APÊNDICE F).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LADEIRA, Julieta de Godoy. **Contato imediato com criação de propaganda**. São Paulo: Global, 1987.

IMBERDORF, Magy. A criação. In.: RIBEIRO, J. et. Alii. **Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para ensinar**. São Paulo: Atlas, 1989.

CORREA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. São Paulo: Global, 2008.

GONZALES, Lucilene. **Linguagem publicitária – análise e produção**. São Paulo: Arte e Ciência, 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE A:





RISQUE E RABISQUE - TEASER



BOLACHA PARA COPO



CARTAZES – CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO



OUTDOOR

O CONHECIMENTO EM SEU MUNDO	
Destaque	02:00
01:00	02:00
02:00	03:00
03:00	04:00
04:00	05:00
05:00	06:00
06:00	07:00
07:00	08:00
08:00	09:00
09:00	10:00
10:00	11:00
11:00	12:00
12:00	13:00
13:00	14:00
14:00	15:00
15:00	16:00
16:00	17:00
17:00	18:00
18:00	19:00
19:00	20:00
20:00	21:00
21:00	22:00
22:00	23:00
23:00	24:00

CARTÃO COM HORÁRIOS DE ÔNIBUS



POSTAL PROFESSORES



PAPEL DE PAREDE



COLETE

APÊNDICE D:

Job: divulgação da revista CCNEXT.



CARTAZ



MARCA PÁGINA

APÊNDICE E:



Job: atualização e formulação do novo layout do site da UDESSM.



LAYOUT SITE

APÊNDICE F:

Job: campanha de divulgação da Feira do Livro de Santa Maria 2011.



CARTAZES



MARCA PÁGINA



CAMISETA



OUTDOOR