



House – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda¹

Cristhofer Osmar Weissheimer PRAWUTZKI²

Fernanda Bento ZEN³

Leandro Werner RIBEIRO⁴

Maria Gabriela PIEPER⁵

Fabrcia D. ZUCCO⁶

Venilton REINERT⁷

FURB – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, SC

RESUMO

A House – Agência Experimental do curso de Publicidade e Propaganda da FURB –foi criada em 1998, com o objetivo de manter a relação entre o ambiente acadêmico e o mercado profissional, através da produção de 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. O estudante tem a oportunidade de se envolver nas atividades de atendimento, planejamento, criação, redação, mídia e produção, adquirindo 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

O Departamento de Comunicação do CCHC (Centro de Ciências Humanas e da Comunicação), desde a implantação do curso de Publicidade e Propaganda da FURB em meados dos anos 1990, tentava viabilizar a implantação da Agência Experimental de

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 8º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: cristhoferwp@gmail.com.

³ Estudante do 9º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: fefzz_@hotmail.com.

⁴ Estudante do 9º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda.

⁵ Estudante do 9º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: fabricia@furb.br

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: reinert@furb.br



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 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 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. Sendo assim, 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.

2 OBJETIVO

O objetivo da House – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda, é criar uma troca sistemática de informações de acordo com as as diretrizes doPPP do curso, fortalecendo o processo de ensino e aprendizagem. Um dos princípios da House é o comprometimento 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 possibilita também que atividades interdisciplinares sejam desenvolvidos, onde professores de diversas áreas acompanham os processos de trabalhos envolvidos na área. 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, 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. Dessa forma, a Agência Experimental conquistou um papel fundamental



dentro do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB. Através dela, 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 House⁸ são desenvolvidos por meio de um conjunto de ações pedagógicas e transformadoras com a participação de bolsistas, monitores, estagiários e

⁸ O endereço do Blog da House se encontra no link: www.furb.br/agencia (nele se encontram a maioria dos trabalhos desenvolvidos).



voluntários no qual se participa de umareflexão 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 campanhas com a possibilidade de apresentar contribuições em suas áreas de interesse. Até abril de 2011, o blog já possuía 12.444 acessos (06 abril).

5 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NA AGÊNCIA⁹

No ano de 2010, a House desenvolveu 26 campanhas totalizando 50 peças publicitárias. Deste total, 15 campanhas foram desenvolvidas para produtos e serviços internos da Universidade e 11 foram para ONGs da região.

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.

- Logomarca Conselho da Comunidade: projeto de identidade visual, partindo da criação de logomarca para o Conselho da Comunidade – Comarca de Blumenau.
- Logomarca Doce Alegria: o objetivo era criar uma logomarca para representar o grupo infantil de diabetes da região.
- Gincana ETEVI: o objetivo era criar uma estampa de camiseta para a gincana de 30 anos do colégio ETEVI.
- Informativo Ablucan: o objetivo era criar um informativo para apresentar o trabalho realizado pela Ablucan – Associação Blumenauense na Luta contra o Cancêr – perante os contribuintes e sociedade no ano de 2010.
- Propagalo: desenvolvimento de banner e adesivo para divulgar o blog do curso de Publicidade e Propaganda da FURB, também criado pela Agência Experimental.

⁹ Este texto foi desenvolvido com informações coletadas em documentos e informações verbais dos professores do Departamento de Comunicação da FURB.



Figura 01: Logomarca Conselho da Comunidade
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 02: Logomarca Doce Alegria
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 03: Logomarca Gincana ETEVI
Fonte: Agência Experimental da FURB



Notícias

Dezembro 2010

ablucan.org.br

HÁ TRÊS ANOS PRESTANDO SERVIÇOS À COMUNIDADE

A Associação Blumenauense na Luta Contra o Câncer - ABLUCAN - há três anos vem desenvolvendo ações em Blumenau e região para a melhoria da qualidade de vida das pessoas em tratamento contra o câncer, além de prestar-lhes orientações, bem como a seus familiares e cuidadores.

Neste terceiro ano de atividades a entidade reúne em seu cadastro mais de 180 famílias que participam dos diversos projetos idealizados pela ABLUCAN. Dentre as atividades destacam-se: a Oficina de Artesanato, o Clube de Mães, a Alfabetização de Adultos, a Oficina da Beleza, os atendimentos prestados nas áreas de Psicologia e Serviço Social, e ainda as muitas orientações jurídicas, visitas domiciliares e palestras educativas oportunizadas pelos profissionais e voluntários da entidade. Além de todo o cuidado em trabalhar com a autoestima e outras questões de socialização dos medos e anseios trazidos pelo tratamento, a ABLUCAN também promove ações de segurança alimentar e nutricional, o que de forma emergencial assegura às famílias, de acordo com as necessidades, receberem cestas básicas, leite, suplementos alimentares, vales-transporte, protetores solares, roupas e outros itens.



Ao longo dos três anos de atendimento, foram totalizadas mais de 50 toneladas de alimentos, mais de 14 mil litros de leite e 933 latas de alimentos especiais (Sustagem, Nutrem 1.0, Nutrem Active).

O trabalho desenvolvido pela ABLUCAN obteve reconhecimento através dos títulos municipal e estadual de Utilidade Pública e, além disso, a entidade encontra-se regularmente inscrita no Conselho Municipal de Assistência Social da cidade de Blumenau.

Esse cenário, entretanto, sempre contou com a ajuda e a parceria da comunidade que, em conjunto com a ABLUCAN, soube abraçar responsabilmente a causa de ajudar a quem passa pelos dilemas característicos e próprios de um tratamento contra o câncer.

+ 180 pessoas cadastradas na entidade em 3 anos de ABLUCAN



+ 50 toneladas de Alimentos

+ 14 mil litros de Leite

+ 1.500 pacotes de Fraldas Geriátricas

+ 933 latas de Alimentos Especiais

+ 3.329 participações em Reuniões e Oficinas



Figura 04: Informativo Ablucan
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 05: Banner Propagalo
Fonte: Agência Experimental da FURB



Figura 06: Adesivo Propagalo
Fonte: Agência Experimental da FURB

6 CONSIDERAÇÕES

A socialização das informações e conhecimentos originados pelos estudos desenvolvidos no âmbito do projeto, proporcionaram uma vivência positiva para a equipe envolvida. O desenvolvimento do projeto tem-se mostrado importante para os alunos, pois constitui uma oportunidade para superar os limites da sala de aula, favorecendo a relação entre ensino e mercado.



Além disso, o presente projeto propicia o desenvolvimento da capacidade crítica e da consciência social, a partir do diálogo permanente dos acadêmicos com a comunidade externa, que possui outros tempos, necessidades, formas de organização e legitimidade.

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.