

## NOSSO CONCEITO VAI SUBIR NO SEU CONCEITO<sup>1</sup>

Bruno LUZ<sup>2</sup>

Jacira Souza MEDRONHA<sup>3</sup>

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, Chapecó - SC

### RESUMO

O Ministério da Educação, através do instrumento de avaliação dos cursos de ensino superior, o Índice Geral de Cursos - IGC apresentou a Universidade Comunitária da Região de Chapecó entre as cinco melhores instituições catarinenses. ‘Nosso conceito vai subir no seu conceito’ foi uma campanha publicitária elaborada para socializar a qualidade do ensino dos Cursos de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo e Publicidade & Propaganda, que receberam o maior índice dentre os 45 cursos ofertados na Unochapecó.

**PALAVRAS-CHAVE:** Unochapecó; Enade; Publicidade e Propaganda; Jornalismo Outdoor.

### 1 INTRODUÇÃO

No ambiente globalizado em que vivemos as mensagens publicitárias nos chegam a todo o momento, por um lado temos o impulso criativo que desenvolve contínuas ferramentas para atrair o público a ler a peça anunciada, ao mesmo tempo existe uma sutileza por parte do receptor em assimilar somente o que lhe interessa. Desta forma, é cada vez mais rigoroso a seleção dos meios e veículos de comunicação que farão parte de uma campanha publicitária. Armando Santa’Anna afirma:

De pouco valerá uma boa peça publicitária se os veículos escolhidos para divulgá-las não forem adequados ao seu meio peculiar de expressão e não atingirem o público capaz de interessar-se pela coisa anunciada e com capacidade aquisitiva para comprá-la. (SANT’ANNA, 2003, P.193).

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda em Comunicação, modalidade Outdoor.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, email: [brunoluz@unochapeco.edu.br](mailto:brunoluz@unochapeco.edu.br)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, email: [medronha@unochapeco.edu.br](mailto:medronha@unochapeco.edu.br)

Este foi o primeiro desafio encontrado na campanha ‘Nosso conceito vai subir no seu conceito’, que partiu da peça outdoor para ser a base de toda a comunicação realizada. O outdoor é uma ferramenta que está presente nas vias públicas desde o final do século XIX, passou por algumas etapas de adaptação e normatização do meio, e atualmente é tida como um veículo tradicional mas bastante eficiente. O aprimoramento do processo gráfico qualificou bastante esta mídia tida como exterior, desde a qualidade de impressão, os grandes formatos ou até mesmo a introdução de novos materiais como é o caso dos ‘lonados ou envelopados’, que podem receber iluminação, ou não. As nomenclaturas se alteram conforme a característica e o uso, mas a ideia de outdoor continua sendo mantida, ou seja, uma placa metálica ou de madeira com dimensão de 9x3 metros, posicionado na horizontal em áreas de grande circulação de pedestres e veículos.

Como mídia publicitária, o outdoor apresenta como maior benefício o seu grande impacto, só superado pela força da propaganda em televisão. Nos grandes centros urbanos, ele é, depois da televisão, a mídia que atinge mais rapidamente a massa da população. (SAMPAIO, 1999, p. 94).

O trabalho a seguir se fundamenta justamente na característica do impacto visual, tanto em mensagem quanto na forma de apresentá-la, pois a avaliação do Enade de 2009 posicionou os Cursos de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo e Publicidade & Propaganda da Unochapecó com a maior IGC entre os 45 cursos ofertados na instituição e, os melhores da região Oeste e os segundos no âmbito estadual.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo é, através o uso da peça publicitária outdoor, socializar com a comunidade acadêmica e da região de Chapecó o elevado índice alcançado dos Cursos de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo e Publicidade & Propaganda, no Enade

de 2009, que os posicionou como os melhores do oeste de Santa Catarina, assim surgiu o ‘Nosso conceito vai subir no seu conceito’.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Através do ‘Nosso conceito vai subir no seu conceito’, se propõe resolver dois problemas de comunicação. O primeiro direcionado a comunidade acadêmica dos Cursos de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo e Publicidade & Propaganda, no intuito de reafirmar a qualidade do ensino ofertado na Unochapecó. O segundo, e não menos importante, foi divulgar aos cidadãos de Chapecó e região o importante conceito obtido no Enade de 2009 por esses cursos, que os colocou como melhores da região oeste catarinense, e em destaque no cenário estadual e nacional. Desta forma, a utilização do meio outdoor se tornou dinâmica para atender a estas demandas comunicacionais, as peças foram posicionadas na entrada do campus universitário e, em rotatórias de alto giro de veículos.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O Exame Nacional de Desempenho de Estudantes - ENADE no exercício de 2009 avaliou o desempenho 6.804 cursos superiores em 15 áreas como administração, direito e comunicação social.

Segundo o MEC, só 309 cursos, 4,54%, dos 6.804 avaliados tiveram conceito Enade máximo, com nota 5. Outros 989, 14,54%, tiveram nota 4. Do total, 36,05%, 2.453, tiveram avaliação regular, com conceito 3. Um grupo de 1.575, 23,15%, ficou com nota 2, considerada insatisfatória, e outros 218, 3,2%, tiveram nota 1.

Os Curso de Comunicação Social – Habitação Jornalismo e Publicidade & Propaganda da Unochapecó ficaram acima da média nacional dos cursos superiores no Brasil, com conceito 5 (cinco) e 4 (quatro), respectivamente.

O Curso de Jornalismo merece destaque especial, pois no Índice Geral de Cursos - IGC, cumulativo das duas últimas avaliações, recebeu conceito que o posicionou como o melhor curso dentre as instituições não estatais, o segundo melhor do estado catarinense e o melhor da região Oeste.

O Curso de Publicidade & Propaganda também teve condições de reafirmar o seu comprometimento acadêmico. Ainda que se trata de um curso novo e com menos dez anos em funcionamento, mesmo assim no acumulado do IGC, o ranking da avaliação do Enade 2009 o considerou o melhor Curso do Oeste catarinense, o segundo em âmbito estadual e dentre os 50 melhores cursos no Brasil.

Em relação ao universo da Unochapecó, a área da comunicação social foi considerada a primeira em relação aos 45 cursos ofertados atualmente na instituição. Este posicionamento reflete uma longa caminhada que vem sendo realizada no fortalecimento dos cursos para que se tornem referências em suas áreas de atuação, como afirma o reitor Odilon Poli:

[...] a avaliação traçou um panorama da educação superior no Brasil e por isso o posicionamento obtido pela Unochapecó tem relevância no cenário, pois o IGC mostra onde estão os melhores cursos de nível superior e as instituições universitárias que são referência no país. Acrescenta que o resultado “é fruto de uma organização histórica, que localizada fora de um ponto estratégico geograficamente não encontra facilidades, mas provoca um ciclo virtuoso de ascensão, pela qualificação do ensino, da pesquisa e da extensão”. Odilon acrescenta que o desempenho da Unochapecó também ocorre graças ao qualificado corpo docente, à uma estrutura competente de ambientes de aprendizagem, como laboratórios e bibliotecas, e ao planejamento consistente. (EXTRA COMUNICA, 2011).

Outro fator deve ser acrescido ao importante empenho dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda é seu deslocamento de grandes centros. Existe uma fala comum e até mesmo um pré-julgamento que os melhores profissionais e centros educacionais estão localizados nas capitais ou grandes centros comerciais. Chapecó. A Unochapecó através do Enade 2009 teve condições de se afirmar dentre as 100 melhores instituições que oferecem ensino superior, de um universo de 1.793 faculdades, centros universitários e universidades avaliadas na país

Desta forma, foi planejada uma campanha publicitária com foco em ações non-media, ou seja, sem a necessidade de serem veiculadas em meios tradicionais audiovisuais ou impressos. As peças elaboradas foram outdoor para público interno e externo da Unochapecó, camisetas a todos os professores dos cursos de comunicação social, cartazes para os murais e intervenção no campus universitário com banner e balões.

## 5 DESCRIÇÕES DO PRODUTO OU PROCESSO

O conceito da campanha ‘Nosso conceito vai subir no seu conceito’ foi articulado com duplo propósito, tanto para informar o elevado conceito obtido no Enade 2009, quanto um desejo de valorização do acadêmico desses dois cursos, pois muitas vezes questionam métodos e técnicas de ensino-aprendizagem realizados em sala de aula, por uma falsa ideia que o ‘bom curso’ está em instituições federais ou pontifícias.

Além da peça outdoor, cartazes, camisetas e banner foram produzidos para atingir os objetivos propostos de socialização da avaliação e de autoafirmar a qualidade dos Cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda ofertados na Unochapecó.

A peça utilizada como recurso de mídia exterior foi considerada referência para as demais trabalhadas, desta forma o outdoor será tido como chave para a descrição das tomadas de decisão.

Para demonstrar clareza de informação e impacto visual foi optado na realização de peças do tipo *all type*, ou seja, somente a utilização de tipografia para compor o layout. A fonte no formato *bold* foi um recurso para tornar o título ‘gritado’. Segundo Celso Figueiredo (2005), afirma que o uso deste artifício é para chamar atenção do público, são construções diretas, imperativas, com tipos em caixa alta e grandes para provocar alto impacto de leitura.

Além do título, a peça outdoor recebeu um texto, ‘Publicidade e Propaganda: o maior conceito do Oeste catarinense no Enade’. Uma construção simples, direta e explicativa. Deve ser ressaltado que a leitura desse tipo de peça deve ser realizado no máximo em 9 segundos, desta forma a mensagem deve ser breve e de fácil assimilação pelas pessoas que estão na via pública. Ao final, as marcas do Curso de Publicidade & Propaganda e da Unochapecó assinaram a peça publicitária.

Acredita-se que o leitor ao visualizar o outdoor, automaticamente, ficará curioso e buscará mais informações sobre o assunto nos veículos de comunicação. Para dar este respaldo foi desenvolvida ampla cobertura nos meios de comunicação, sob-responsabilidade da assessoria de imprensa da Unochapecó.

Para destacar ainda mais o conceito, além do formato all type foi optado por trabalhar com a cor vermelha como base das peças publicitárias e somente a tipografia em cor branca. Desta forma foi possível realçar o outdoor e criar na mensagem publicitária, pois a cor vermelha é gritante, além de transmitir força e a sensação de calor.

Outra estratégia utilizada para focar a atenção do público ao outdoor, foi a utilização de balões com gás helio, logo acima do outdoor. Que além de chamarem a atenção, reforçou o conceito "subir no seu conceito".

Esta mesma construção de imagem e texto foi utilizado para o outdoor desenvolvido para o Curso de Jornalismo, apenas com a substituição do nome inicial no texto da peça, onde se lê Publicidade & Propaganda, passou a ser substituído por Jornalismo.

Além da peça outdoor, houve uma ação na entrada do bloco que dá acesso a coordenação, laboratórios e salas de aulas dos cursos de comunicação social. Foi posicionado um banner suspenso com 1000 balões em frente a porta de entrada. A intervenção chamou muito a atenção, provocando curiosidade em toda comunidade acadêmica da Unochapecó, ou seja, não só nos estudantes dos cursos envolvidos diretamente.

Para reforçar o impacto desejado, no dia da ação promocional todos os professores estavam com camisetas de mesma identidade visual da campanha realizada. Vale salientar que esta intervenção ocorreu no primeiro dia letivo do segundo semestre. A surpresa dos estudantes foi enorme, pois além da alegria da avaliação do Enade perceberam que a coordenação dos cursos se preparou para recebê-los de maneira diferenciada.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A partir da realização da campanha ‘Nosso conceito vai subir no seu conceito’, com base no veículo outdoor, foi possível verificar os desafios de criar uma mensagem que deve ser lida em poucos segundos, criar impacto e ao mesmo tempo servir como um lembrete ‘mnemônico’ as demais peças que deram suporte ao objetivo proposto.

O outdoor proporcionou visibilidade aos cursos de Jornalismo e Publicidade & Propaganda. Os estudantes perceberam que mesmo longe de grandes centros estão recebendo uma excelente qualificação profissional. Os docentes tiveram o retorno de seu comprometimento com o ensino-aprendizagem. A universidade teve condições de reafirmar seu posicionamento em ofertar cursos que são referência em sua área de atuação.

## REFERÊNCIAS

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: Teoria-Técnica- Prática**. 7 ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2003.

TAHARA, Mizuho. **Mídia**. 8ed. São Paulo: Global editora, 2004.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: Como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Campos, 1999.

FIGUEIREDO, Celso. Redação publicitária: sedução pela palavra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Outdoor>>. Acesso em 16 de abril. 2012.

EXTRA COMUNICAÇÃO. Avaliação: Unochapecó está entre as cinco principais do Estado. DeFato.Inf.Br, 13.fev.2011 Disponível: [http://www.defato.inf.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=14117:avaliacao-unochapeco-esta-entre-as-cinco-principais-do-estado&catid=106:educacao&Itemid=242](http://www.defato.inf.br/index.php?option=com_content&view=article&id=14117:avaliacao-unochapeco-esta-entre-as-cinco-principais-do-estado&catid=106:educacao&Itemid=242) Acesso em abr. 2012.

## Anexo 1: Imagem da tabela do MEC, mostrando o conceito obtido pelo curso de Publicidade e Propaganda.

IES	UF	Organização	Área	Sub Área	Município	Nota Erade Concluintes = Conceito Enade contínuo	Conceit o Enade faixa	CPC contínuo	CPC faixa
UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA D	SC	Universidade	COMUNICAÇÃO SOCIAL	JORNALISMO	CHAPECO	4.50	5	3.36	4
UNIVERSIDADE DO VALE DO ITA	SC	Universidade	PSICOLOGIA		ITAJAI	3.50	4	3.35	4
UNIVERSIDADE REGIONAL DE B	SC	Universidade	TURISMO		BLUMENAU	3.37	4	3.32	4
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SA	SC	Universidade	DREITO		FLORIANOPOLIS	3.58	4	3.30	4
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SA	SC	Universidade	PSICOLOGIA		FLORIANOPOLIS	2.91	3	3.29	4
UNIVERSIDADE DO SUL DE SAN	SC	Universidade	COMUNICAÇÃO SOCIAL	CINEMA	PALHOÇA	4.12	5	3.28	4
FACULDADE DE TECNOLOGIA S	SC	Faculdade	TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS		FLORIANOPOLIS	3.04	4	3.23	4
UNIVERSIDADE REGIONAL DE D	SC	Universidade	CIÊNCIAS CONTÁBEIS		BLUMENAU	3.50	4	3.22	4
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCI	SC	Faculdade	ADMINISTRAÇÃO		FLORIANOPOLIS	3.30	4	3.22	4
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE DO	SC	Universidade	DESIGN		FLORIANOPOLIS	3.96	5	3.22	4
UNIVERSIDADE REGIONAL DE B	SC	Universidade	ADMINISTRAÇÃO		BLUMENAU	3.45	4	3.21	4
UNIVERSIDADE REGIONAL DE B	SC	Universidade	CIÊNCIAS ECONÔMICAS		BLUMENAU	3.54	4	3.20	4
UNIVERSIDADE DO OESTE DE S	SC	Universidade	TECNOLOGIA EM GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS		FRAIBURGO	3.17	4	3.19	4
UNIVERSIDADE DO SUL DE SAN	SC	Universidade	ADMINISTRAÇÃO		TUBARÃO	3.67	4	3.16	4
FACULDADE DE TECNOLOGIA S	SC	Faculdade	TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS		BLUMENAU	3.45	4	3.10	4
UNIVERSIDADE DO VALE DO ITA	SC	Universidade	ADMINISTRAÇÃO		SÃO JOSÉ	2.85	3	3.08	4
UNIVERSIDADE DO VALE DO ITA	SC	Universidade	ADMINISTRAÇÃO		BIGUAÇU	2.41	3	3.05	4
CENTRO UNIVERSITÁRIO PARA	SC	Centro Universitário	ADMINISTRAÇÃO		TAIO	2.89	3	3.04	4
UNIVERSIDADE DO VALE DO ITA	SC	Universidade	COMUNICAÇÃO SOCIAL	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	ITAJAI	3.82	4	3.04	4
CENTRO UNIVERSITÁRIO PARA	SC	Centro Universitário	CIÊNCIAS CONTÁBEIS		RIO DO SUL	2.46	3	3.02	4
FACULDADE ESTÁCIO DE SÁ DE	SC	Faculdade	TURISMO		SÃO JOSÉ	3.59	4	3.02	4
UNIVERSIDADE DO SUL DE SAN	SC	Universidade	TECNOLOGIA EM GESTÃO FINANCEIRA		TUBARÃO	3.05	4	3.02	4
CENTRO UNIVERSITÁRIO BARRI	SC	Centro Universitário	DESIGN		ITAJAI	3.57	4	2.98	4
UNIVERSIDADE COMUNITÁRIA D	SC	Universidade	COMUNICAÇÃO SOCIAL	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	CHAPECO	3.10	4	2.96	4
UNIVERSIDADE DO VALE DO ITA	SC	Universidade	CIÊNCIAS CONTÁBEIS		ITAJAI	3.57	4	2.93	3
UNIVERSIDADE DO SUL DE SAN	SC	Universidade	COMUNICAÇÃO SOCIAL	JORNALISMO	TUBARÃO	3.76	4	2.92	3

## Anexo 2 – Layout do Outdoor



### Anexo 3 – Layout das demais peças publicitárias





Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

---