

Agencia Experimental Unideias¹

Guilherme Pereira da ROSA²

Andreia Chiara PRIETO³

UNIVERSIDADE ANHANGUERA-UNIDERP, MS

RESUMO

Agências experimentais ou pedagógicas dos cursos de Publicidade e Propaganda tem como objetivo o apoio pedagógico ao curso, além de possibilitar o acadêmico pôr em prática a teoria aprendida em sala de aula. Fomentar essa vivência profissional, enquanto acadêmico, é parte essencial para formação, por isso, desde 2001, a Unideias, proporciona aos acadêmicos de Publicidade e Propaganda da Universidade Anhanguera-Uniderp a experiência do mercado de trabalho. Para atrelar a teoria à prática, a Unideias conta com atividades de apoio aos cursos da instituição e entidades filantrópicas.

PALAVRAS-CHAVE: agência pedagógica; agência júnior, publicidade e propaganda; inovação, responsabilidade social.

1 INTRODUÇÃO

A Unideias surgiu em 15 de maio de 2001, fazendo parte do curso de Publicidade e Propaganda da Anhanguera-Uniderp, com o objetivo de promover a vivência profissional aos acadêmicos do curso, que vão atrelar a teoria aprendida em sala de aula à prática vivenciada na agência. Atualmente, a Unideias faz parte da grade curricular do curso e utilizada dentro da disciplina de Estágio Supervisionado, a fim de proporcionar ao acadêmico novas experiências em sua área de formação. Por este motivo, a agência não trabalha com bolsas, pois todos os acadêmicos passam pela agência ao longo dos oito semestres a serem cursados.

Atualmente a agência conta com três funcionários, nas áreas de Criação, Atendimento e Redação, os acadêmicos em estágio interno e integrantes do Grupo de Prática Supervisionada, projeto do curso onde alunos podem vivenciar as praticas de mercado, não obrigatório. No ambiente acadêmico, os alunos conhecem todas as áreas de

¹Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Experimental

²Estudante do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda: gpr.guilhermosa@gmail.com

³Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: andreia.chiara@anhanguera.com.br

atuação da sua futura formação, logo a agência trabalha nos mesmos moldes das empresas reais – aquelas que atendem ao mercado. Durante o estágio é possível viver todas as áreas da profissão (atendimento, criação, redação, mídia, tráfego e produção). Com esse modelo, os acadêmicos conseguem acompanhar desde o recebimento do *job*, até a produção final, que são dos mais variados tipos: identidade visual, anúncio para jornal, flyers, peças para redes sociais, folders, cartazes, e-mail marketing.

Nossos principais clientes são a própria comunidade acadêmica; com mais de 30 cursos de graduação, 35 cursos de pós-graduação, dois cursos de mestrado, um curso de doutorado, além de dez setores da universidade. Não atendemos clientes que não os de terceiro setor, pois pelas normas de agência-laboratório (experimental), não é permitido concorrer com o mercado publicitário com tabela de preços diferenciada. Por isso, além dos cursos e setores da universidade, a agência também atende entidades filantrópicas, comunidade em geral e entidades sem fins lucrativos, como o Corpo de Bombeiros de Mato Grosso do Sul, Santa Casa de Campo Grande, Associação Beneficente dos Renais Crônicos (Abrec), Associação José Scaff, Grupo de Prevenção ao Alcoolismo, Secretaria Municipal de Saúde Pública (Sesau), entre outros. Todo o trabalho desenvolvido tem a função de buscar a melhor estratégia (prática e criativa) para atender o cliente, solucionar o seu problema e suprir a experiência profissional dos acadêmicos.

Os estagiários da Unideias contam com o apoio da coordenadora do Curso de Publicidade e Propaganda, Fabiana Perin, e da coordenadora da Agência Experimental, Andreia Chiara Pietro, para a supervisão dos trabalhos, além dos três profissionais formados. Os publicitários, juntamente com as coordenadoras acompanham todo o processo do *job* com os alunos, desde o seu atendimento até a entrega final.

Buscando proporcionar uma vivência mais próxima da realidade possível, a Unideias serve como primeiro contato profissional, atribuindo responsabilidades – sociais e profissionais, aos estagiários, formando assim publicitários completos, prontos para atuar no mercado de publicidade e propaganda.

2 OBJETIVO

2.1 Objetivo Geral

Aliar teoria e prática para uma formação acadêmica plena, tendo como principal objetivo a capacitação dos acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda para as práticas do meio publicitário.

2.2 Objetivos Específicos

- Atender as demandas da instituição de ensino e empresas do terceiro setor;
- Diagnosticar situações de comunicação;
- Implementar ações de comunicação;
- Proporcionar aos acadêmicos experiências voltadas para a área de formação.

3 JUSTIFICATIVA

O curso de Publicidade e Propaganda é sustentado por um tripé essencial para a formação acadêmica: teoria, técnica e prática. Na Universidade Anhanguera-Uniderp, o acadêmico é submetido a todas etapas acadêmicas necessárias para uma formação completa. Muitas instituições têm a agência experimental como um projeto de extensão do curso, porém na Universidade Anhanguera-Uniderp, a agência faz parte da grade curricular, possibilitando aos acadêmicos vivenciar experiências de mercado, conseguindo assimilar a teoria e colocando em prática as técnicas aprendidas em sala de aula.

Para tanto, os estagiários, divididos em níveis de conhecimento – semestres, são submetidos à rotina de uma agência de propaganda, onde os *jobs* atendidos pela equipe técnica da agência é repassado para eles, para que assim desenvolvam desde o planejamento até a fase de apresentação destes trabalhos. A Unideias conta com uma equipe profissional constituída por um atendimento, dois diretores de arte e a supervisora.

Pensando em formar profissionais completos, a Unideias trabalha com organizações sem fins lucrativos, buscando a humanização dos trabalhos, apresentando aos acadêmicos uma realidade nova, onde os mesmos podem vivenciar a responsabilidade social e trabalhar de forma mais consciente, unindo sua formação ao trabalho voluntariado. Exemplos disso são as campanhas desenvolvidas para o Corpo de Bombeiros, Grupo de Prevenção ao Alcoolismo, Hospital Regional de Mato Grosso do Sul, Federação Incluir Brasil e outros.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A Unideias está localizada no Campus I, da Unidade Matriz, no Bloco 5, onde conta com cinco estações de trabalho para os acadêmicos, sendo suas divisões baseadas em estrutura de agência, ou seja, atendimento, criação, mídia e produção. A fim de proporcionar interação entre graduandos e graduados, os profissionais que trabalham na

agência utilizam do mesmo espaço físico, para facilitar a comunicação e troca de experiências.

Constitui-se como um laboratório de aprendizagem, vinculado pedagogicamente à Universidade Anhanguera-Uniderp, que visa criar um ambiente de prática profissional e desenvolvimento teórico e prático dos estudantes dos cursos vinculados ao curso de Publicidade e Propaganda, prestando apoio operacional e instrumental às atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão da Faculdade.

A Unideias disponibiliza vagas para as atividades de estágio supervisionado nos departamentos de Criação, Produção, Atendimento, Planejamento e Pesquisa de Mercado. A seleção dos estagiários é realizada mediante prova (teórica/ prática).

As atividades de estágio são supervisionadas pelo professor responsável que distribui, acompanha e pré-aprova os *jobs* solicitados. Ao final do período de estágio, um parecer é redigido avaliando o desempenho do acadêmico, para fins de composição da nota final da disciplina de Estágio Supervisionado.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A demanda de trabalho à ser desenvolvida na Unideias é intensa, os acadêmicos são divididos entre as atividades solicitadas pelos mais de 33 cursos - entre eles cursos de graduação, pós-graduação, mestrado e doutorado, os dez setores da universidade e o próprio curso de Publicidade e Propaganda.

O trabalho tem início com a solicitação do gestor do departamento para a agência experimental, e a partir deste ponto, as funções são distribuídas entre os profissionais e estagiários, dependendo da demanda. O mesmo acontece com os trabalhos voluntários para o terceiro setor, sendo distribuídos entre os estagiários sob supervisão da equipe técnica.

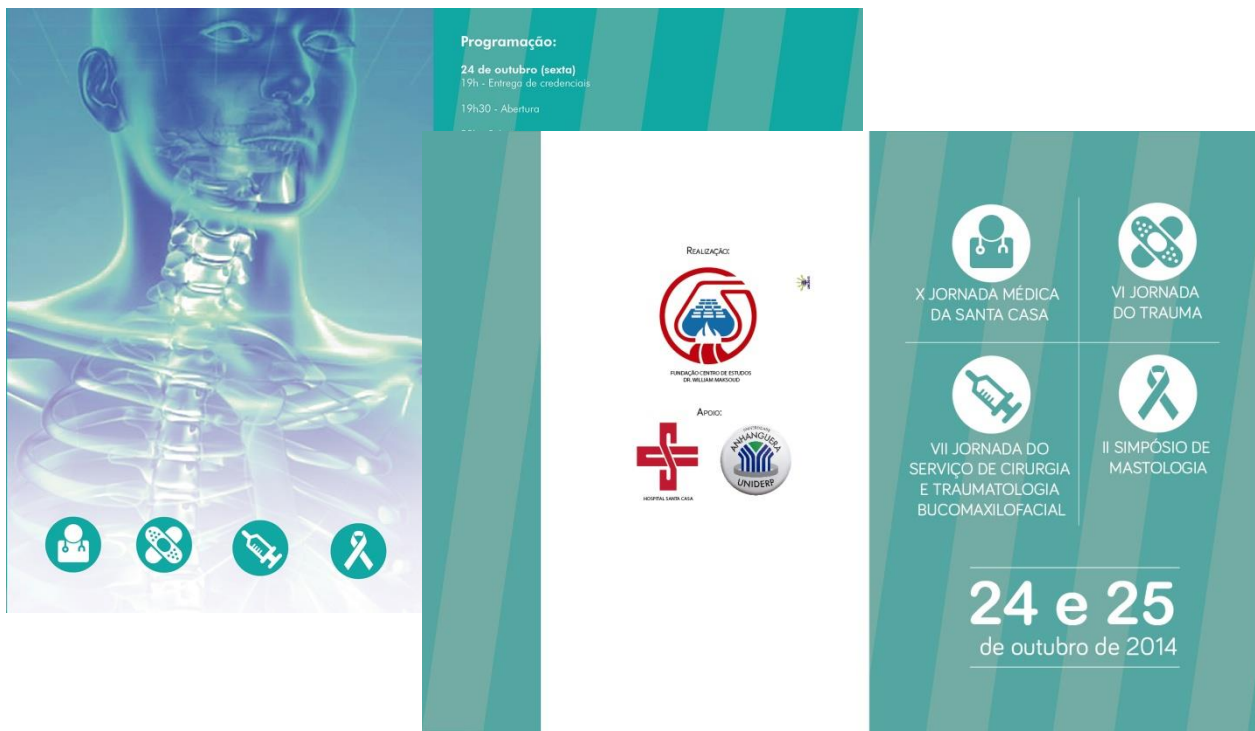
Um dos principais projetos de integração entre os acadêmicos e a agência é o Furacom – Festival de Comunicação, Marketing e Multimídia de Campo Grande. Esse evento acadêmico possibilita aos estagiários trabalhar com planejamento de eventos, desde sua idealização até a fase de pós-evento. Para isso, os estagiários são divididos em equipes, onde são desafiados a trabalhar tendo a agência como base e a realização do evento como objetivo. Desde o início, o Furacom é organizado pelos próprios acadêmicos, e no ano de 2014 realizou sua 9ª edição. O festival é realizado anualmente, sempre no primeiro semestre do ano e conta com a presença de profissionais de renome nacional para as palestras que acontecem durante quatro dias.

Como a disciplina de estágio supervisionado é oferecida desde o começo do curso, os acadêmicos sentem-se à vontade para participar, opinar e contribuir com o trabalho da agência, mesmo depois que já concluíram seus períodos de estágio. Exemplo disso foi a criação do Balaio de Marketing. O Balaio surgiu da vontade de três acadêmicos, que insatisfeitos com o cenário de eventos voltados para área de publicidade e propaganda, resolveram criar um festival com uma temática específica, o marketing. Munidos com um projeto escrito por eles mesmos e com o apoio da Unideias, o Balaio de Marketing aconteceu no 2º semestre de 2014, durante dois dias, com palestras de profissionais regionais, onde os assuntos eram Marketing Político, Marketing de Relacionamento, Marketing Digital e Marketing de Varejo.

O Balaio contou com apoio da Unideias desde o desenvolvimento do planejamento até a realização do evento. Foram sete estagiários, que formaram equipes de cerimonial, apoio de auditório, recepção e logística. A coordenação do curso teve seu papel fundamental para a construção da programação. O Balaio aconteceu no mês de novembro de 2014, no auditório do Bloco 5 e teve a presença de mais de 150 acadêmicos de várias universidades da cidade de Campo Grande – MS.

Em 2014, a agência encerrou o ano com 192 trabalhos concluídos, um aumento de 16% com relação ao ano anterior – 2013, isso só foi possível graças ao apoio e participação de mais de 15 acadêmicos.

Segue alguns trabalhos desenvolvidos no ano de 2014 pelos estagiários da Unideias:



Anexo 01 (Folder) - Trabalho desenvolvido para Terceiro Setor - ABCG | Santa Casa de Campo Grande - MS, com intuito de divulgar um ciclo de eventos e um simpósio.



Anexo 02 (E-mail Marketing) - Peça desenvolvida para o curso de graduação em Educação Física – Universidade Anhanguera-Uniderp, com propósito de divulgar o 4º Torneio de Voleibol.



Anexo 03 (Anúncio de Revista) - Anúncio criado para a Fundação Manoel de Barros, com objetivo de disseminar a Rádio Educativa FM 103,7.

EMBRUJOS DE ESPAÑA traz à CAMPO GRANDE

WORKSHOP DE DANÇA FLAMENCA COM A BAILARINA TALITA SÁNCHEZ

11, 12 E 13 DE MAIO

Aulas de expressão corporal e técnica para o baile Flamenco



TALITA SÁNCHEZ
Sua atuação como professora e intérprete de flamenco começa em 1984, na Companhia Ana Osareno. Desde 1995 se dedica a ensinar o baile flamenco dentro e fora do Brasil, em cursos regulares e em workshops interativos a partir de aulas de técnica e montagens coreográficas, sempre preocupando-se em difundir a arte flamenco na sua mais pura essência.

Em 1998, foi morar em Madrid - Espanha, ingressou no Centro Flamenco de Dança Espanhola Amor do Dia, onde terminou sua formação profissional em dança flamenco, tendo como principais Mestres, nomes como: La China, Cándida Rey, Antonio Reyes, Manuel Reyes, Rafaela Carrasco, La Tali, Carmela Greco, La Taligana, La Tacha, Alfonso Lora, Nino de Los Reyes, Belén Fernández, Concha Jareño, David Pompa, El Güito, La Tere, Inmaculada Ortega, Daniela Ortega, Pal Vaqueira, Paco Romero (clássico espanhol) e Concha Jareño. E em Sevilla concluiu os seus estudos com os mestres Juana Amara, El Toribio, Javier Barco, Carmen Ochoa, Javier La Torre, Javier Cruz, Antonio Galicia (percussão) e Manolo Soler (percussão).

Em 2011, montou seu próprio espetáculo e apresenta na X Edição do Festival Internacional Flamenco Brasil, um trabalho desenvolvido com bailarinos do Brasil e músicos espanhóis. Este projeto foi apresentado no Teatro Gazeta em São Paulo, no Instituto Cervantes em Brasília e no Teatro Municipal em São José dos Campos.

INVESTIMENTO: R\$ 80,00
Vagas Limitadas

PROGRAMAÇÃO:
Dia 11 - 18h30 às 20h
Dia 12 - 15h às 18h30
Dia 13 - 10h às 11h30

LOCAL: Sala de Dança da Fundação Manoel de Barros
- Rua Ceará, 119

INFORMAÇÕES: 9813-1703

Apoio:



Anexo 04 (E-mail Marketing) – Trabalho desenvolvido para divulgação para o workshop de dança flamenco, onde a Fundação Manoel de Barros e a Universidade Anhanguera-Uniderp eram apoiadoras do evento.

6 CONSIDERAÇÕES

A agência experimental Unideias é a porta de entrada para o mercado de trabalho, sendo esta é a fonte de incentivo da universidade para com os acadêmicos, unindo teoria à prática e oportunizando experiências profissionais desde o primeiro semestre, tornando-se um diferencial do curso e da universidade.

O trabalho em equipe e a interação entre acadêmicos de todos os semestres promove bom relacionamento, troca de experiências e harmonia, tanto no andamento das atividades do estágio, quanto nas aulas da grade curricular. Outro ponto importante a ser ressaltado é a construção de profissionais mais humanos e ligados às atividades sociais, através dos trabalhos elaborados voltados para a responsabilidade social.

Ter uma agência estruturada e voltada para o desenvolvimento acadêmico é a melhor oportunidade pedagógica que pode ser oferecida ao acadêmico. Evidências deste bom desempenho da agência experimental Unideias e do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Anhanguera-Uniderp é o número significativo de ex-estagiários da agência que estão no mercado de trabalho, tanto durante a graduação quanto depois de formados. Atrelado a isto, a Unideias contribui com o cenário profissional do estado, fornecendo às agência e empresas profissionais mais completos e experientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LUPETTI, Marcélia. Administração em publicidade: A verdadeira alma do negócio. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CARRASCOZA, João Anzanello. Do Caos à Criação Publicitária: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. São Paulo: Saraiva, 2008.

SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Cengage Learning, 1998.

BARRETO, Roberto Mena. Criatividade em propaganda. São Paulo: Editora Summus, 2004.

PETIT, Francisc. Propaganda Ilimitada. São Paulo: Futura, 2006.

RIBEIRO, Júlio. Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar. São Paulo: Atlas, 1995.