

## **Agência Beta – Campanhas 2012<sup>1</sup>**

Bruno ZANCAN<sup>2</sup>  
Carlos Valério SANTOS  
Jeferson Cristiano FRITSH  
Maísa de SOUZA  
Renan Ribeiro MADEIRA  
Renata Cristina FORNAZIERO  
Rômulo Souza ARAÚJO  
Thaís Roberta CASAGRANDE<sup>3</sup>  
Paulo César D’Elboux<sup>4</sup>  
Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara d’Oeste, SP

### **RESUMO**

Trata-se da apresentação das peças criadas pela Agência Beta Experimental no ano de 2012. A agência possui a missão de servir como pilar para o crescimento profissional e pessoal dos alunos que passam pelo curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara d’Oeste, ajudando-os a desenvolver senso crítico e gerando experimentação e preparação para o mercado de trabalho. Muitos dos trabalhos de comunicação realizados pela Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara são feitos pelos alunos estagiários da Agência Beta Experimental, supervisionados pelo professor orientador.

**PALAVRAS-CHAVE:** Agência experimental; publicidade; propaganda; portfólio.

### **1 INTRODUÇÃO**

A Agência Beta Experimental funciona como Agência Jr. na Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara. Criada em 2009, seu principal objetivo é proporcionar aos seus estagiários a vivência e experiência de uma agência real de publicidade. Composta exclusivamente por alunos do curso de Publicidade e Propaganda de diferentes semestres, a carga horária oferecida é de três horas semanais, distribuídas em três dias, uma hora antes do início das aulas. Os trabalhos desenvolvidos pela agência são em caráter voluntário e são inicialmente enviados pela direção da faculdade, sendo

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda.

<sup>2</sup> Estudantes do Curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda e integrantes da Agência Beta, email: beta.experimental@gmail.com.

<sup>3</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: tha.casagrande@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: paulo.delboux@aedu.com.

materiais de comunicação da própria instituição, além da cobertura dos principais acontecimentos dos cursos dentro da instituição, como a Exposição de História da Arte, anualmente realizada pelos alunos do curso de Publicidade e Propaganda, a ExpoMarketing, promovida pelos alunos do curso de Tecnologia em Marketing e ainda, desenvolver e produzir a Semana PPMKT, antiga Semana de Comunicação, principal evento dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Tecnologia em Marketing. Ao longo de seus quatro anos de existência, já passaram pela Agência Beta dezenas de alunos e a maioria atua hoje na área, inclusive a professora orientadora e supervisora da agência Beta atualmente, Vivian Elena Ribeiro Barboni, que participou como aluna estagiária em 2009 e hoje coordena os oito integrantes da agência.

## 2 OBJETIVO

**Missão:** Promover o desenvolvimento pessoal e profissional dos alunos de Publicidade e Propaganda da Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara d'Oeste, preparando-os para o mercado de trabalho, familiarizando-os com a rotina de trabalho de uma agência e despertando também o interesse, a criatividade e a capacidade de cada aluno.

**Visão:** Tornar-se referência como ferramenta de ensino prática para estudantes, sendo reconhecida como experiência fundamental para aqueles que desejam atuar no mercado de trabalho de maneira eficiente e preparada.

**Valores:** Ética, comprometimento, originalidade, ousadia, criatividade, companheirismo, senso crítico, inovação, excelência, entrosamento, entusiasmo e respeito são os principais valores que regem as atividades na Agência Beta Experimental.

## 3 JUSTIFICATIVA

SAMPAIO (2003) afirma, ainda que numa visão aparentemente simplista, que agência é aquela que realmente funciona, sendo assim, a agência deve se organizar e se preparar para criar as melhores alternativas de propaganda para cada cliente com base em estudos de mercado. Com esta visão, a Agência Beta realiza todas as etapas necessárias para a formação de um planejamento estratégico que solucione o problema apresentado pela faculdade. Através da orientação, inspira no aluno talento, visão do mercado em

constante expansão e da busca pela melhoria e pelo conhecimento, sendo possível alcançar todos os resultados apresentados dentro e fora da unidade de ensino.

A Agência Beta sabe a importância de desenvolver projetos de tão alta relevância dentro das dependências de uma entidade de ensino, onde são aplicados os conceitos vistos na teoria em *cases* de clientes reais com problemas que precisam ser resolvidos. Essa realidade proporciona uma experiência que poucos profissionais possuem, que é a oportunidade de fazer as ideias acontecerem de forma espontânea, criativa, sem bloqueios ou estereótipos.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

São diversas as 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. SAMPAIO (2003, p. 59)

A Agência Beta Experimental é dividida em setores, a fim de organizar os trabalhos e obter melhores resultados. Seus setores são:

**Atendimento:** O professor orientador traz o job até a agência e o apresenta aos alunos. São eles que vão até o cliente e fazem a coleta do briefing.

**Planejamento:** Através da solicitação feita pelo cliente, os integrantes realizam reuniões onde analisam e planejam o trabalho a ser desenvolvido.

**Pesquisa:** Os alunos iniciam buscas por referências e pesquisas em órgãos governamentais de pesquisa e outras fontes relacionadas, enriquecendo o embasamento sobre determinado assunto com o intuito de ser o mais profissional e coerente possível.

**Criação:** A equipe de criação é formada por três integrantes e após criadas as peças, todos os demais integrantes se reúnem, opinam e sugerem alterações até a finalização dos trabalhos realizados.

**Mídia e Produção gráfica:** Os integrantes definem o tipo de mídia que será utilizada e fazem a produção gráfica, preparando os arquivos para a impressão enviando-os para a professora orientadora.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

### **5.1 CAMPANHAS DE 2012**

Todas as campanhas realizadas pela Agência Beta Experimental no ano de 2012 podem ser conferidas também em seu portfólio online ([betaexperimental.carbonmade.com](http://betaexperimental.carbonmade.com)).

#### **5.1.1 ExpoMarketing**



**Figura 1 – Logo 5ª ExpoMarketing**

Evento realizado pelos alunos do curso de Tecnologia em Marketing, da Faculdade Anhanguera. Todas as edições a Beta participa desenvolvendo os materiais de divulgação e realizando a cobertura do evento.

#### **5.1.2 Exposição de História da Arte**

Exposição realizada pelos alunos do 1º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade Anhanguera. A Beta realiza a cobertura da exposição, criando uma matéria para o blog da Agência ([betaexperimental.wordpress.com](http://betaexperimental.wordpress.com)) e divulgando as fotos na página do Facebook da Beta ([fb.com/betaexperimental](https://fb.com/betaexperimental)) .

#### **5.1.3 Arraiá da Anhanguera**

Evento realizado anualmente pela Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara d'Oeste. A festa junina é aberta a todos os alunos e moradores do município e região. Toda a renda obtida com as barracas de comida é revertida para instituições de caridade. A Beta realiza a criação de todo o material de divulgação e realiza também a cobertura completa do evento, através de fotos e matérias no blog da Agência.



Figura 2 - Material de divulgação criado para o Arraiá da Anhanguera de 2012

#### 5.1.4 Atividades Complementares (AC)

Matéria complementar voltada para incentivar nos alunos da Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara o voluntariado. O tema da Atividade no ano de 2012 foi a Coleta de óleo usado, incentivando a reciclagem.



**COLETA CONSCIENTE ANHANGUERA DE SANTA BÁRBARA**

O óleo de cozinha, quando não reciclado, causa danos sérios ao meio ambiente. Por isso, a solução para esse problema começa com a conscientização da comunidade e a mudança de hábito, já que o óleo é um produto reciclável.

**Veja no verso como agir em benefício do meio-ambiente**

**Veja o processo de armazenamento e coleta do óleo usado:**

**PASSO 1**  
Espere o óleo esfriar e pegue uma garrafa pet em bom estado.

**PASSO 2**  
Despeje o óleo na garrafa.

**PASSO 3**  
Feche bem e leve a um posto de coleta.

**PASSO 4**  
A Anhanguera de Santa Bárbara agora é um posto de coleta de óleo.

A partir de agora, ao invés de despejar o óleo usado na pia, armazene em um recipiente e leve até a Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara, que a partir de 2012 passa a ser um posto de coleta desse produto.

**Participe dessa idéia e movimente sua comunidade. O meio ambiente agradece.**

Realização:

**Anhanguera DE SANTA BÁRBARA**

**Figura 3 – Folheto desenvolvido para a matéria Atividades Complementares, sob o tema “Coleta Consciente”. Frente e Verso**

#### 4.1.5 Competições dos Cursos de Engenharia

A Beta desenvolveu o material de divulgação das competições realizadas pelos cursos de Engenharia Civil, Controle e Automação, Produção e Mecânica da Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara.



**Figura 4 – Material de divulgação das competições realizadas pelos cursos de Engenharia**

#### **4.1.5 Semana PPMKT**

Principal evento do curso de Publicidade e Propaganda e também principal trabalho da Agência Beta Experimental. Este evento é inteiramente organizado, produzido e executado pela agência e seus alunos estagiários, desde a captação de profissionais experientes para as palestras, como o material de comunicação, logística de execução do evento e também cobertura total, além de sorteios e concursos para os alunos participantes.





**Anhanguera**

SEMANA DE  
**PUBLICIDADE  
E MARKETING**

FACULDADE ANHANGUERA DE SANTA BÁRBARA

27 /08	<b>FILTROS E LENTES</b> (FOTOGRAFIA) Milton Nakano Diretor geral da empresa Kenko Tokina
28 /08	<b>INOVAÇÃO EM MARKETING</b> Fernando Signori Pl. Marketing Specialist - 3M do Brasil
29 /08	<b>MERCADO PUBLICITÁRIO REGIONAL</b> Luiz Carlos Corrêa e Renato Frigo Presidentes da APP Campinas e APP Limeira
30 /08	<b>MARKETING ELEITORAL</b> Prof. MS. Carlos Manhanelli Prof. e consultor de Marketing Político
31 /08	<b>ENCONTRO DOS ALUNOS</b> Estação Cultural de Santa Bárbara d'Oeste

Realização: Apoio: [fb.com/ppmkt12](http://fb.com/ppmkt12)

Logos of sponsors and partners: PUBLICIDADE & PROPAGANDA, OIT-Z, CYMKQUALITY, ESTÁGIO DIFERENCIAL, LEAL FORÇAS, Tecnologia em Marketing, BRASIL, SBV, espelho meu, tac tos.

Rua Juscelino Kubitschek de Oliveira, 1450 | Dist. Industrial II - Santa Bárbara D'Oeste

**Figura 5 - Banner de divulgação criado para a Semana PPMKT de 2012**

#### 4.1.6 Semana do Ensino Responsável

A Faculdade Anhanguera de Santa Bárbara promoveu a Semana do Ensino Responsável, onde estiveram mobilizados durante uma semana para desenvolver diversas atividades sociais, ambientais e culturais totalmente gratuitas à comunidade. A programação contou com serviços de saúde, tratamento estético, cursos, oficinas e palestras sobre temas variados, além de campanhas assistenciais e apresentações artísticas e culturais. Todas as atividades foram realizadas na Praça Matriz, no centro de Santa Bárbara d' Oeste.



A agência Beta participou da semana com exposição sobre o curso de publicidade e propaganda, além de fazer a cobertura fotográfica do evento.



Figura 6 – Cobertura fotográfica Semana do Ensino Responsável

## 5.2 IDENTIDADE VISUAL DA BETA EXPERIMENTAL

No ano de 2012, o logo da Beta foi reformulado para acompanhar o amadurecimento da agência. Mais limpa, moderna e elegante, a proposta da nova logomarca é posicionar a agência não mais como um projeto, mas sim como uma etapa fundamental para os alunos que desejam sobressair-se no mercado de trabalho com um diferencial em seu currículo e adquirir novas e enriquecedoras experiências.



Figura 7 – Logo Beta Experimental

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Entender a importância de uma agência experimental é acreditar que ótimos resultados podem ser desenvolvidos a partir da união de conhecimentos teóricos com a prática diária dos mesmos. A partir desta premissa é possível entender que a Agência Beta Experimental trabalha constantemente para preparar seus alunos para o futuro profissional, proporcionando ótimas experiências e convivências, ensinando-os os princípios do profissional do ramo e despertando a capacidade interior de cada um. O trabalho desenvolvido por seus alunos estagiários em 2012 ajuda-os a entender o mercado publicitário, ensina-os a lidar e saber como tratar os clientes e acima de tudo, prepara-os para o mercado de trabalho. Esse é o objetivo da Agência Beta, ser mais que um projeto de faculdade, ser uma experiência profissional e pessoal para seus integrantes.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 3. Ed.

MARTINS, Zeca. **Propaganda É Isso Aí**. Rio de Janeiro: Atlas, 2005.

KOTLER, Philip. **Marketing em Ação**. São Paulo: Editora Campus, 2000.