

## **UnesPP: O Primeiro Evento de Publicidade e Propaganda da Unesp/Bauru<sup>1</sup>**

Amanda da Silva VALENÇA<sup>2</sup>

Daniele Ferreira SERIDÓRIO<sup>3</sup>

Juliana Arbulu OLIVEIRA<sup>4</sup>

Ricardo Coslove Lima FERNANDES<sup>5</sup>

Thiago Rela SIQUEIRA<sup>6</sup>

Lucilene dos Santos GONZÁLES<sup>7</sup>

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

### **RESUMO**

A Agência Propagação realizou, em setembro de 2012, o primeiro evento de publicidade e propaganda da Unesp Bauru: o UnesPP. O evento foi planejado como parte da proposta de comunicação integrada da Agência e, para isso, seu planejamento e execução seguiram a proposta de Kunsch (2003). O resultado de sua realização acarretou no maior reconhecimento da Agência Propagação, assim como o estabelecimento de uma relação mais fortalecida com e entre os alunos de Comunicação e Design do campus, além de ampliar o interesse dos estudantes para com as possibilidades de construção profissional em torno da temática do evento. O planejamento, elaboração e divulgação seguiram uma proposta diferenciada, buscando integrar os alunos em torno da temática da publicidade e propaganda.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação integrada; evento; publicidade e propaganda; Agência Propagação; Unesp.

### **1 INTRODUÇÃO**

A Agência Propagação é uma agência experimental de propaganda social com sede localizada na Unesp de Bauru. O projeto de extensão da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação - FAAC - da Unesp, campus de Bauru, é orientado pela Professora Dra Lucilene Gonzales e atua em parceria com a Rádio Unesp FM através do seu principal

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Projeto de Comunicação Integrada.

<sup>2</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: amandavalenca.rp@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: seridorio@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: juharbulu@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social - Jornalismo, email: rcoslove@gmail.com.

<sup>6</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: tehsiqueira@gmail.com.

<sup>7</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso Comunicação Social, email: lucilenegonzales@uol.com.br.

produto, o Minuto Consciente, que foi criado em novembro de 2007 com o objetivo de propagar ações sociais através de propagandas radiofônicas.

As ideias, princípios e valores difundidos nessas propagandas tratam de temas relevantes e pouco abordados, quando se fala em propaganda. O Minuto Consciente faz, portanto, a interação entre universidade e sociedade, informando a população sobre pesquisas desenvolvidas na Unesp e prestação de serviços oferecidos à comunidade, na maioria das vezes, gratuitamente. Esse projeto reforça a imagem da Unesp como entidade pública que busca melhoria social (GONZALES, SERIDÓRIO, 2012, p. 13).

Atualmente, o principal produto da Agência Propagação continua sendo o Minuto Consciente, mas, devido ao desenvolvimento e aperfeiçoamento contínuo do trabalho, estão sendo produzidos também jingles, produções audiovisuais e intervenções. A maior parte dos clientes atendidos pela Agência são os projetos de extensão da própria universidade, mas também são realizadas campanhas para organizações sociais de toda a cidade de Bauru.

Durante o processo de consolidação organizacional, o fluxo de trabalho na Agência Propagação foi dividido em cinco áreas, e a definição do papel de cada uma delas segue a definição de Sampaio (1997). Ao Atendimento e Planejamento cabe a tarefa de administrar as campanhas e o contato com os clientes; a Criação foi dividida em três áreas, que criam ideias para serem transformadas em peças de divulgação da campanha, a) redação, responsável por redigir os textos, b) locução, que dá voz aos roteiros e c) sonorização, que finaliza o produto com efeitos sonoros e trilhas; a Assessoria de Comunicação atua na divulgação das atividades da Agência para os veículos de comunicação, e depois passou a cuidar das plataformas de comunicação na Internet, englobando mídias sociais, blog, site entre outros. Mais tarde, devido a demanda por novos produtos, as áreas de Locução e Sonorização passaram a produzir peças audiovisuais, e as necessidades gráficas fizeram com que nascesse uma nova área, a Coordenadoria de Arte.

Cabe à Assessoria de Comunicação planejar e executar ações de comunicação que busquem o reconhecimento e a consolidação da imagem da Agência entre aqueles que são seu público alvo. Assim, visando ampliar o leque de serviços prestados à comunidade e complementar suas estratégias de comunicação integrada, a Assessoria de Comunicação propôs, no final de 2010, a realização de um evento com propósito acadêmico e prático sob a perspectiva temática da publicidade: o UnesPP - I Encontro de Publicidade e Propaganda.

O UnesPP buscou inserir os estudos acerca dos processos ligados à Publicidade e à Propaganda (PP) na realidade acadêmica dos universitários do campus da Unesp Bauru,

contribuindo para o reconhecimento da Agência Propagação e do GEP – Grupo de Estudos Publicitários<sup>8</sup> dentro do contexto de estudos comunicacionais.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo principal do UnesPP foi o de integrar os universitários das áreas de comunicação e design da Unesp/Bauru através de um evento acadêmico com temática diferenciada. Essa integração, como parte das estratégias de comunicação integrada da Agência, teve propósitos tanto internos quanto externos, ou seja, entre coordenadorias e cursos existentes entre os próprios membros do projeto quanto dos cursos da universidade como um todo.

Para tanto, era necessário promover debates acerca da temática geral do evento; apresentar perspectivas de carreira no campo de atuação de Publicidade e Propaganda aos universitários dos cursos de Comunicação Social e Design da Unesp Bauru; divulgar o trabalho e agregar valor à Agência Propagação e ao Grupo de Estudos Publicitários da Unesp Bauru.

Além disso, as estratégias de divulgação compõem um papel fundamental no alcance do objetivo principal, sendo também necessária a aplicação da comunicação integrada na elaboração do plano de divulgação e alcance perante o público alvo.

## **3 JUSTIFICATIVA**

O primeiro ponto a ser pensado é na dificuldade de se enxergar a comunicação como uma área possível de ser dividida de forma tão radical a não haver relações entre os profissionais de diferentes formações que nela estão inseridos. Dessa forma, pelo próprio caráter multidisciplinar defendido pela Agência Propagação, a convergência dos cursos de Jornalismo, Radialismo, Relações Públicas e Design para um mesmo ideal torna-se um exercício interessante a ser estimulado e, ainda maior, a ser vivido.

---

<sup>8</sup> O GEP é o Grupo de Estudos Publicitários da Unesp Bauru. Coordenado pela Prof. Dra. Lucilene dos Santos Gonzales, o grupo possui reuniões quinzenais, com apresentação de trabalhos e discussões sobre a área da Publicidade e Propaganda. Atualmente é realizado com a presença de, em média, 30 alunos, graduandos dos cursos de Jornalismo, Radialismo, Design, Relações Públicas e Sistemas de Informação.

O segundo ponto é o de que, apesar de o campus de Bauru oferecer os cursos na área da Comunicação Social e Design, não há a graduação em Publicidade e Propaganda. Tal fato também aparece como estímulo na organização de um evento que possa sanar dúvidas ou mesmo curiosidades a respeito da área da publicidade pelos futuros profissionais da comunicação.

Pode-se dizer também que a realização de um evento que pudesse ampliar as estratégias de comunicação externa da Agência Propagação poderia aumentar a relevância e reconhecimento do grupo dentro do campus da Unesp de Bauru.

No que condiz à comunicação interna da Agência, o UnesPP poderia possibilitar aos membros tanto o aprendizado e experimentação das técnicas de organização de eventos, já que a agência é composta por alunos de Relações Públicas, Jornalismo, Radialismo e Design, como também gerar maior proximidade entre os alunos desses cursos, a organização agrega um contato constante entre todos os membros das frentes organizadoras. Além disso, a realização de um evento que abordasse a questão acadêmica e prática da Publicidade e Propaganda e fomentasse a discussão a respeito do tema poderia ser um meio de fortalecer a formação acadêmica dos alunos participantes, oferecendo uma perspectiva não encontrada em salas de aula.

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

Para a realização do UnesPP, foi desenvolvido um planejamento estratégico a fim de definir os prazos dos processos e a execução do evento. Os membros da Agência Propagação foram divididos nas seguintes comissões: patrocínio e captação, divulgação, programação e controle. A comissão de controle era responsável por supervisionar os gastos, logística e controle de estrutura do evento. Divulgação teve como função planejar e divulgar o evento nas mídias sociais da Agência Propagação, desenvolver a sua identidade visual e criar ações criativas para a divulgação dele em Bauru. A comissão de patrocínio e captação foi responsável pelo contato com empresas de Bauru a fim de adquirir recursos para o evento, bem como fechamento de parcerias e permutas e *feedback* com os patrocinadores. A comissão de programação foi responsável pelo contato com palestrantes e oficinas, autoridades do campus da Unesp de Bauru e com a APP Bauru e Região – Associação dos Profissionais de Propaganda de Bauru e Região.

A comissão de divulgação tem participação extremamente relevante na questão da comunicação integrada, principalmente externa. Nesse sentido, foi necessário avaliar as melhores estratégias para que os diferentes cursos e perfis de universitários fossem contemplados e atingidos pelas peças desenvolvidas.

As artes utilizadas se baseiam em um conceito jovem, ambientando diferentes situações e ambientes da faculdade, com estudantes universitários. Os desenhos são descontraídos, caracterizando o evento como algo diferenciado, fora dos padrões e, ao mesmo tempo, portador de grande carga informativa. Os cartazes foram criados de formas distintas, acompanhando as cores da agência e diferenciando quanto à posição dos elementos na página.

Também foram criadas chamadas que carregavam trocadilhos com o slogan do evento - “o evento termina, suas ideias não” - que publicadas na página oficial da Agência Propagação aumentaram a visibilidade tanto da página quanto do próprio evento. As ações de divulgação foram construídas através de canais diferentes, visando o dinamismo, irreverência e a distinção do evento perante os outros que já haviam sido organizado na universidade. Foram pensadas em ações diferentes e não óbvias para cativar o público e construir uma imagem descontraída. Segue abaixo algumas chamadas e diferentes artes do cartaz.







Modelos de intervenção publicados no Facebook



Modelos de cartazes utilizados na divulgação do evento

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O UnesPP foi realizado nos dias 27 e 28 de setembro de 2012 utilizando-se da estrutura da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC da Unesp de Bauru e contou com três noites de palestras e dois dias com oficinas sobre temas de interesse das áreas de comunicação.

As palestras continham os temas que abordavam a criatividade, branding, os limites da publicidade e marketing verde e social. Já as oficinas ministradas tratavam de temas como portfólio online, roteiro publicitário, criação publicitária, Adobe Illustrator, fotografia publicitária, Adobe Photoshop e mídias sociais.

Ao todo, foram mais de 120 inscrições nas palestras e um alcance de quase sete mil pessoas nas mídias sociais. Após aplicação de pesquisa de opinião ao término do evento e elaboração de clipping do evento pôde-se verificar um *feedback* positivo, tanto da comunidade acadêmica unespiana quanto da cidade de Bauru.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Levando-se em conta o grande número de inscrições, alcance em mídias sociais e ótimo *feedback* nas atividades pós-evento, o UnesPP pode ser considerado um evento de sucesso. Os principais objetivos foram alcançados, houve a consolidação da imagem da Agência Propagação não só entre os alunos dos cursos de Comunicação Social e Design, como também com empresas juniores, outros projetos de extensão do campus e departamentos da universidade.

Ressaltamos a contribuição do evento sobre o debate da inserção ou participação da Publicidade e Propaganda dentro ou em conjunto com os demais cursos da Comunicação Social que, dentre a maior parte dos alunos, não consideravam a área como uma opção profissional relevante, cenário que se pode contestar atualmente tendo-se em vista resultados das pesquisas aplicadas ao término do evento, repercussão e aumento do número de inscritos no processo seletivo da Agência Propagação. Também fortaleceu a discussão a respeito da abertura de um curso de Publicidade e Propaganda pela Unesp.

Realizada a sua primeira edição, o impacto do UnesPP diante do seu público alvo foi bastante positivo, contemplando a todos os cursos previamente selecionados como público-alvo e auxiliando de maneira complementar nas estratégias de comunicação integrada da Agência Propagação, que em sua primeira ação conseguiu do ponto de vista interno, integrar as diferentes áreas que a compõem e, externamente, abranger um número significativo de estudantes dos diferentes cursos de Comunicação Social e Design da Unesp Bauru.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPOS, N. *Aprendendo e produzindo propagandas nos cursos de Jornalismo e Radialismo: relato do projeto experimental Minuto Consciente, produto radiofônico da Agência Propagação*. Disponível em: <[HTTP://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumo/R3-1047-1.pdf](http://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumo/R3-1047-1.pdf)> Acesso em: 28 de abril de 2013.

CAMPOS, N. *Estratégias de Comunicação Institucional dos Projetos da Unesp de Bauru: um estudo de caso da Agência Propagação*. Bauru: TCC, 2009.

GONZALES, L.; SERIDÓRIO, D. *Produção de Propagandas Sociais Radiofônicas e Educação Tutorial: uma proposta para a formação do profissional de comunicação*. Revista Inovcom, vol 3, nº1, 2012. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/inovcom/article/viewFile/1170/1076>> Acesso em: outubro 2012.

KUNSCH, M. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

SAMPAIO, R. *Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

VIEIRA, M. *Comunicação Organizacional: um estudo de caso da Agência Propagação*. Bauru: TCC, 2010.