

## **GRAFITA- Agência Experimental de Publicidade e Propaganda<sup>1</sup>**

Jabes Augusto Venancio TEIXEIRA<sup>2</sup>  
Isabelle Louise Cechinato e SANTOS<sup>3</sup>  
Danya POLAK<sup>4</sup>  
Ana Paula HECK<sup>5</sup>  
Patrick DIENER<sup>6</sup>

Centro Universitário Uninter, Curitiba, PR

### **RESUMO**

A Grafita é a Agência Experimental de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional Uninter. Ela está integrada ao Núcleo de Comunicação dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da referida instituição e atua suprindo as necessidades comunicacionais da comunidade Uninter desde 2008. O trabalho é realizado por meio de alunos estagiários, monitores voluntários e professores orientadores, juntamente com a coordenação do curso. A agência experimental Grafita objetiva proporcionar aos estudantes o ambiente mais próximo possível da realidade do mercado de trabalho publicitário, assim como suprir demandas comunicacionais dos clientes internos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Agência Experimental; Publicidade; Propaganda.

### **1 INTRODUÇÃO**

A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional Uninter, denominada Grafita, teve suas atividades iniciadas em agosto de 2008, sendo parte integrante do Núcleo de Comunicação do Curso de Comunicação Social. A Agência consiste em um espaço acadêmico destinado ao desenvolvimento laboratorial de ações e peças de comunicação, próprias da atividade profissional de publicidade e propaganda. Consiste em um ambiente de formação profissional dos estudantes do Curso de Publicidade e Propaganda, por meio da prestação de serviços à comunidade acadêmica.

As instalações e objetivos são análogos aos de uma agência profissional e na agência o (a) estudante, após ser aprovado (a) em teste de seleção, cumpre estágio de pelo menos um semestre na área que pretende seguir profissionalmente. O ambiente é dividido em células, departamentalizadas em: Atendimento e Planejamento, Criação (Direção de

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Jr de Publicidade e Propaganda.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo, estagiário da Grafita e estudante do 4º Semestre do Curso Publicidade, Propaganda e Marketing. jabes.t@uninter.com.

<sup>3</sup> Estagiária da Grafita. Aluna do 3º Semestre do Curso de Publicidade, Propaganda e Marketing. isabelle.s@uninter.com.

<sup>4</sup> Estagiária da Grafita. Aluna do 6º Semestre do Curso de Publicidade, Propaganda e Marketing. danya.p@uninter.com.

<sup>5</sup> Professora orientadora. Publicitária, especialista em fotografia e mestre em Comunicação pela UFPR, é professora do Centro Universitário Internacional Uninter e coordenadora da Grafita. ana.h@uninter.com.

<sup>6</sup> Coordenador do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional Uninter. patrick.d@uninter.com.

Arte e Redação Publicitária), Mídia e Produção (gráfica, eletrônica e digital), nas quais são alocados estudantes na condição de estágio e estágio voluntário, conforme critérios estabelecidos em Regulamento homologado pela Reitoria do Centro Universitário Internacional Uninter.

A Grafita tem ainda como missão oferecer soluções em comunicação por meio de ideias e ações eficazes, contribuindo para a geração de resultados aos seus clientes. Além disso, também objetiva contribuir com a formação do Corpo Discente de Publicidade e Propaganda da Instituição.

A agência atua apenas junto à comunidade Uninter, atendendo necessidades de comunicação de todas as Coordenações de Cursos, Sistema de Bibliotecas, Secretaria Acadêmica, Instituto Wilson Picler de Responsabilidade Socioambiental, Setor de Extensão, Grupo de Trabalho Enade, sempre tendo a chancela do Departamento de Marketing do Grupo Uninter para veiculação das peças com as marcas ligadas ao Grupo.

## **2 OBJETIVO**

O principal objetivo da Grafita é possibilitar aos estudantes do curso de Publicidade e Propaganda um espaço de envolvimento com a realidade do planejamento, criação e produção publicitária, em um ambiente adequado ao exercício, em caráter experimental, de atividades práticas de natureza profissional da Publicidade e Propaganda.

Pretende-se, ainda, proporcionar um ambiente de transdisciplinaridade entre as competências de Publicidade e Propaganda, podendo contar também com a contribuição da habilitação em Jornalismo, comprovando e aplicando a tendência atual da Comunicação Integrada. Desta forma, proporciona ao (à) discente um ambiente em que ele (a) possa aplicar os conhecimentos adquiridos nas disciplinas curriculares, tornando-se capacitado para a inserção no mercado de trabalho.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A atual organização da Grafita, Agência Experimental de Publicidade e Propaganda, dá-se para que seus objetivos sejam alcançados, conforme apresentado no tópico anterior. Privilegia-se a formação plena do estudante de Publicidade e Propaganda. A coordenação da Agência pesquisa e monitora constantemente o trabalho de outras agências experimentais da Região Sul, assim como de agências profissionais de publicidade, no intuito de manter a qualidade de trabalho e inovação da Grafita.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A organização do trabalho na Agência Experimental foi pensada de acordo com o exposto por Bona (2007), compreendendo:

- a) Atendimento: realiza um levantamento completo dos problemas de comunicação do cliente, repassando-os à Agência. Responsável pela construção do *briefing* e, também, pela aprovação do *job* junto ao cliente;
- b) Planejamento: em trabalho conjunto com o atendimento, estabelece um plano de comunicação a partir do *briefing*. Responsável por planejar as ações de comunicação, integradas ao Plano de Marketing do cliente;
- c) Criação: constrói o *briefing* criativo a partir do *briefing* do Atendimento e Planejamento. Cria peças (verbais e não-verbais) direcionadas pelo *briefing* criativo. Responsável pelo conceito que sustentará as campanhas/peças;
- d) Produção gráfica, eletrônica e digital: executa as peças criadas e finaliza os processos. Responsável pela adequação das peças a cada mídia;
- e) Mídia: estabelece os veículos e instrumentos de divulgação. Responsável pelo uso eficiente dos recursos disponíveis para cumprir os objetivos estabelecidos.

A Grafita está, acadêmica e administrativamente, subordinada à Coordenação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Internacional Uninter. O seu funcionamento se dá a partir da interação dos seguintes elementos: uma Professora Coordenadora da agência (Profa. Ma. Ana Paula Heck), um Professor Orientador da área de Redação Publicitária (Prof. Me. Paulo Negri Filho) e um Professor Orientador da área de Direção de Arte (Prof. Me. Juliano Bodon), sendo que cada um mantém carga horária de 10h/semana; três estagiários, com dedicação de 30h/semana cada; e voluntários de Publicidade e Propaganda com dedicação de 10h/semana cada, podendo ser dedicada uma vaga para a habilitação em Jornalismo de acordo com as necessidades.

A Grafita funciona no quinto andar do campus Tiradentes, de segunda a sexta-feira, das 12h30 às 18h30. A definição desse horário tem por objetivo a integração dos estudantes, visto que os cursos de graduação funcionam pela manhã e noite. Excepcionalmente a Coordenação do Curso autoriza o acesso de membros da equipe da Agência em outros horários em ocasiões especiais, como eventos do curso, por exemplo, mas isto de acordo com a disponibilidade dos alunos e mediante certificado de horas extracurriculares concedido pela organização.

A agência conta com computadores Macs e PCs com Pacotes Office e Adobe, internet banda larga, impressora de grandes formatos, scanner, telefones, guilhotina e mesa de luz. Quando necessário, são utilizados os equipamentos dos estúdios de Fotografia, TV e rádio para produção.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O desenvolvimento das tarefas (campanhas, peças e outras ações de comunicação) se dá pelo cumprimento da agenda de trabalho, definida pela Coordenação da Agência juntamente com professores (as) orientadores (as) e estudantes. Existe também uma rotação de funções, a cada duas semanas um componente da equipe de estagiários se torna “líder” e fica responsável pela evolução e prazo dos trabalhos.

A prospecção de novos trabalhos ou campanhas pode ser proposta, necessitando de autorização da Coordenação da Agência. À equipe da Agência cabe a implementação das rotinas de pesquisa, prospecção, atendimento, planejamento, criação, produção e planejamento de mídia, dentre outras, sempre em cumprimento à agenda de trabalho determinada pela Coordenação da Agência e sob a supervisão técnica dos (as) professores (as) orientadores (as).

A atuação da Agência Experimental de Publicidade e Propaganda conta com o suporte administrativo provido pela Instituição, por meio da Coordenação do Curso de Publicidade e Propaganda, envolvendo aspectos burocráticos, fornecimento de material de uso e consumo, acionamento de serviços de apoio e de informática, dentre outros.

Para a entrada de *jobs*, a Grafita conta com Formulário próprio de requerimento (que segue um modelo baseado em um *briefing*), conforme apresenta-se a seguir:

Quadro 1: Formulário de requerimento para job da Grafita.

<p><b>Empresa:</b> <b>Sector:</b> <b>Solicitante:</b> <b>Produto/serviço/ação:</b> <b>Peças:</b> <b>Data de apresentação:</b></p> <p><b>1. Cenário:</b> Descreva aqui a situação que está gerando a necessidade de comunicação. Fale também sobre o problema de comunicação que precisa ser resolvido. <b>2. Produto/serviço:</b> Descreva, detalhadamente, o produto, serviço ou ação que será comunicado (a). <b>3. Público-alvo:</b> Descreva as pessoas que serão impactadas pela comunicação. Mesmo no caso de público interno, especifique o máximo possível o perfil dessas pessoas. Diga a quantidade estimada de pessoas. <b>4. Concorrência:</b> Há algum concorrente para este produto, serviço ou ação? Quais as suas características, vantagens e desvantagens, em relação ao produto que vamos comunicar? <b>5. Histórico:</b> Já foi feita alguma comunicação para esse produto, serviço ou ação? Se sim, anexe peças e materiais das comunicações anteriores e comente o que há necessidade de manter ou modificar. <b>6. Objetivos:</b> Quais os objetivos dessa comunicação? Quais os resultados esperados? <b>7. Mensagem principal:</b> Descreva, em uma frase objetiva, qual a promessa ou benefício que está sendo proposto ao</p>
--

público-alvo. Essa frase deve resumir a principal mensagem que o público deverá reter da comunicação.

**8. Sugestão de caminho criativo:** Há alguma sugestão de conceito, de abordagem, de “tom de voz”, de “clima” que a criação deve considerar?

**9. Peças a desenvolver:** Descreva aqui as peças que devem ser criadas, incluindo especificações de formato e de produção, se for o caso. Coloque aqui também (ou indique onde podem ser encontradas) as informações que devem estar nos materiais, incluindo os textos de referência.

**10. Obrigatoriedades:** Descreva informações e elementos que são obrigatórios na comunicação.

**11. Verba:** Quais os recursos disponíveis para realização/produção da comunicação?

**12. Observações:** Inclua aqui informações adicionais que estão previstas nos outros campos do *briefing*.

Fonte: Grafita (2016)

A partir da entrada do *job*, o *briefing* específico é montado pelos (as) estagiários (as). Caso haja dúvida sobre algum aspecto, o requerente é contatado. Com as informações esclarecidas, o *job* passa pelas células da Agência, sempre sob supervisão dos professores. O andamento de todos os *jobs* podem ser acompanhados por todos os membros da Agência, que têm acesso a um documento específico na “nuvem”, especificamente, utilizando-se a ferramenta online Google Drive, de acordo com tabela apresentada a seguir:

Tabela 1: Controle de *jobs* da Grafita

Solicitante/C	Setor	Tipo de trabalho	Tema do Trabalho	Data de entrada	Dead Line	Aprovado por	Responsáveis	PENDENTE	AGUARDANDO APROVAÇÃO	ENTREGUE
Ana Heck	Coordenação de Publicidade e Propaganda	Cartaz A4	Boas vindas. Professores	11/02/2016	15/02/2016	Ana Heck	Isabelle			Entregue
Guilherme Carvalho	Coordenação de Comunicação Social	Cartaz A3, e-flyer e post facebook	Aula Magna de Comunicação	12/02/2016	15/02/2016	Paulo Negri e Ana Heck	Jabes			Entregue
Ana Heck	Coordenação de Publicidade e Propaganda	E-flyer	Apresentação da Grafita	19/02/2016	25/02/2016	Ana Heck	Jabes			Entregue
Conauelo	Ouvvidoria Uninter	Logotipo	Logotipo Ouvvidoria	22/02/2016	24/02/2016	Ana Heck	Isabelle			Entregue
Ana Heck	Coordenação de Publicidade e Propaganda	Cartaz A3, e-flyer, post para facebook	II Mostra Mesa	26/02/2016	01/03/2016	Negri	Jabes e Paulo			Entregue
Guilherme Carvalho	Coordenação de Comunicação Social	Cartaz A3, layout para site, e-flyer, post para facebook	I Seminário de Pesquisa em Comunicação	17/03/2016	22/03/2016	Ana Heck e Paulo Negri	Jabes			Entregue
Nitaeli Monti	Coordenação de Direito	Cartaz A3, arte visual para fanpage	X Juri Simulado Literário Uninter	23/03/2016	04/04/2016	Negri	Jabes			Entregue
Stionely Leite	Ponto Zero	Logotipo e integrático	Lançamento do Ponto Zero	28/03/2016	29/03/2016	Negri	Ana Heck e Paulo			Entregue
Patrick Diener	Coordenação de Comunicação Social	Cartaz A3, identidade visual para fanpage, e-flyer	Expocom 2016	23/03/2016	29/03/2016	Ana Heck e Paulo Negri	Jabes			Entregue
Stionely Leite	Coordenação de Comunicação Social	Cartaz A3	Papel na Caixa	28/03/2016	05/04/2016	Ana Heck	Jabes			Entregue
Jedson	Centro Acadêmico	Logotipo	CACOSUN	28/03/2016	05/04/2016	Ana Heck	Isabelle			Entregue
Christofer	Central de Estágio	Banner 80x120cm	Programa de Bolsas Santander	06/04/2016	12/04/2016	Ana Heck	Jabes			Entregue
Elaine Riske	Coordenação de Corabes	Cartaz A3	DIRF, um exercício de cidadania	06/04/2016			Isabelle		Aguardando cliente	
Eloisa Belling	Coordenação de Jornalismo	Logotipo e layout de site	Entrevistas	08/04/2016			Isabelle e Danya		Andamento	

Fonte: Grafita (2016)

Conforme a tabela 1 apresentada, de fevereiro até o início de abril de 2016, a Grafita já atendeu mais de 30 diferentes *jobs* da comunidade Uninter. Como pode se visualizar, a tabela contém o setor solicitante, o nome da pessoa que fez a solicitação do *job* e setor ao qual o (a) solicitante pertence; o tipo de material deve ser produzido; uma breve explicação do tema do *job* a ser realizado; datas de entrega final do *job*; e, por fim, datas de envio para o (a) cliente aprovar.

A tabela também conta com uma distinção de cores para o acompanhamento do desenvolvimento dos *jobs*: verde corresponde aos *jobs* que já foram concluídos; vermelho aos pendentes; e amarelo aos que estão dependendo da aprovação do (a) cliente. Todos os *jobs*, após a finalização, são veiculados junto a seus públicos.

A seguir, apresentam-se algumas peças de mídia impressa, digital, social mídia e

programas veiculados na TV Uninter, além de eventos que a agência ajuda a organizar:

- **Logotipo:** Nova proposta de identidade visual da Agência Experimental Grafita

Figura 1: Comparativo dos logotipos da Grafita (antigo à esquerda e atual à direita)



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: [www.facebook.com/grafitauninter](http://www.facebook.com/grafitauninter)

O logotipo da Agência Experimental Grafita passou por um processo de *re-branding* no último ano devido às transformações ocorridas dentro da Agência em função de sua evolução. A nova proposta passou por um processo de simplificação aliado ao minimalismo, que está em alta na composição de logotipos e no *design*, e passa a ser apresentada através das consoantes que compõem o seu nome apresentadas em caixa alta. Esta tendência é vista em grandes marcas como [Riachuelo](#), por exemplo.

Para compor o logo foram utilizadas cores quentes que representam criatividade, sucesso, entusiasmo, energia, intelecto e alegria através de uma disposição de formas triangulares, compondo um padrão de identidade para a marca. Como é possível ver na figura 2, este padrão é utilizado em várias peças de divulgação da agência como artes para divulgação de fotos e informações em redes sociais, *banners*, etc.

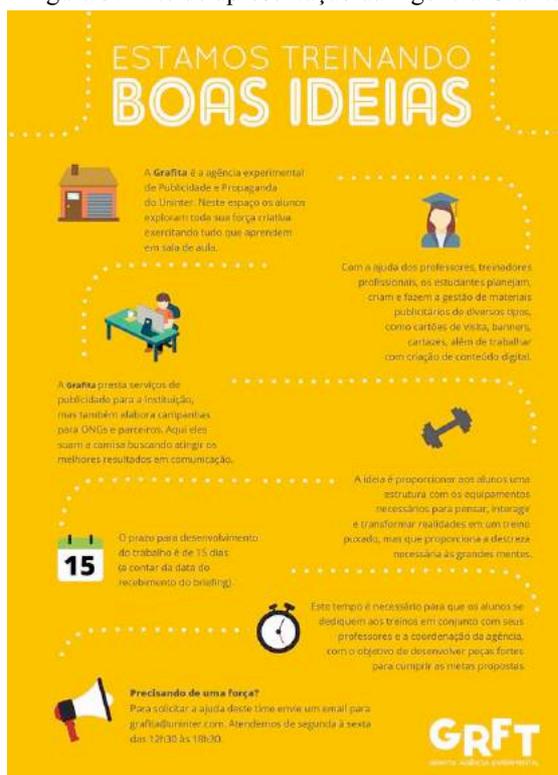
Figura 2: Padrão desenvolvido para a Grafita aplicado em imagens destinadas à postagem em redes sociais



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/grafitauninter/>

Além disso, foi desenvolvida uma arte para ser enviada via e-mail para os interessados nos trabalhos da Grafita para apresentação da Agência. A arte explica o que é a Grafita, o passo a passo dos *jobs* dentro da Grafita e informações acerca de prazos e horários de atendimento.

Figura 3: Arte de apresentação da Agência Grafita



Fonte: Grafita (2016)

### - Programa de TV: “Humm Bocado para saber”

“Humm Bocado para Saber” são *pocket* programas veiculados em redes sociais cujo intuito é levar ao público em geral informações sobre assuntos com relevância social, como, por exemplo, “Como podemos cobrar as propostas dos políticos eleitos?”. Os vídeos tratam dos assuntos de maneira rápida e fácil de ser compreendida como um assunto boca-a-boca de uma roda de conversa informal. Os estagiários foram responsáveis pelo planejamento, implementação, produção e edição dos programas. Na figura a seguir é possível visualizar os *frames* da introdução do programa que se desenvolve a partir de uma pergunta que é respondida por um professor ou conhecedor do assunto tratado. Durante a edição são feitas as correções de vídeo, áudio, *GC*, trilha e *chroma key*.

Figura 4: Frames do programa “Humm bocado para Saber”



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: [www.youtube.com/bocadosaber](http://www.youtube.com/bocadosaber)

- **Gestão de redes sociais:** *Fanpage* no *facebook* de Publicidade e Propaganda Uninter  
Além da gestão da página da Agência Experimental, a Grafita é responsável pela alimentação da página do Curso de [Publicidade e Propaganda Uninter](https://www.facebook.com/publicidadeepropagandauninter) no *facebook*.

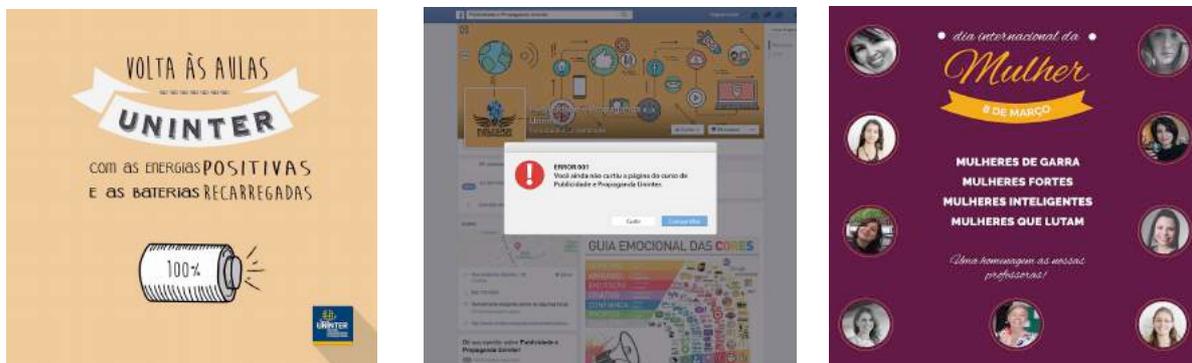
Figura 5: “Capa” da página de Publicidade e Propaganda no *facebook*



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/publicidadeepropagandauninter>

A página foi criada para divulgação do Curso de Publicidade e Propaganda Uninter, e a Grafita desenvolveu um planejamento de postagens diárias que envolvem assuntos como novidades e dicas do mercado de trabalho, apoio de estudo, vagas de estágio/emprego na região de Curitiba, campanhas publicitárias, tecnologia, entre outros.

Figura 6: Exemplos de postagens na *fanpage* de [Publicidade e Propaganda Uninter](https://www.facebook.com/publicidadeepropagandauninter)



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/publicidadeepropagandauninter>

- **Evento:** Mostra Massa

A Mostra Massa é um evento realizado pelos colegiados de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, que objetiva reunir os acadêmicos a fim de apresentar os trabalhos desenvolvidos nas disciplinas práticas dos cursos. Visa proporcionar aos discentes um momento de simulação das atividades profissionais. A Grafita atua na organização do evento, foi responsável pela criação do logotipo, peças de divulgação da Mostra - que tinha como temática clássicos do cinema - e gestão de redes sociais.

Figura 7: Peças criadas para a divulgação da Mostra Massa



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/mostramassa>

Nas artes, a temática do cinema, da premiação do Oscar, foi utilizada através da utilização de desenhos minimalistas que remetiam aos cartazes de filmes famosos. No *facebook*, as postagens continham informações fundamentais do evento como o regulamento, a forma e prazo de inscrição, categorias de trabalhos e data das apresentações.

#### - **Banners:** Papel na Caixa, VII Júri Simulado

O “Papel na Caixa” é um projeto que visa incentivar os alunos a reciclar papéis. Para a divulgação, foi criado um banner no tamanho de 80x120cm. Para compor a arte foi aplicada a ilustração de um origami remetendo à reutilização de papéis. Também foram utilizadas informações sobre os danos que a má ou não reutilização do papel pode causar no meio ambiente. Já o VII Júri Simulado Literário Uninter é realizado pelos alunos do 1º semestre do Curso de Direito e tem como intuito mostrar aos alunos o funcionamento de um tribunal através de literaturas brasileiras. No ano passado (2015), o tema foi o livro “O Pagador de Promessas”, de Dias Gomes. Por fim, foi desenvolvido também um *banner* para o I Seminário de Pesquisa em Comunicação Uninter. Para compor a arte usamos a fumaça que faz alusão a um estado físico sem forma definida que estará em constante transformação.

Figura 8: Banners criados pela Grafita Agência Experimental



Fonte: Grafita (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/grafitauninter/>

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As vivências proporcionadas pela Grafita aos alunos são de grande valia para a formação acadêmica. Ao conceder experiências reais, a Agência colabora no complemento da formação com as dinâmicas do mercado de trabalho de maneira supervisionada. O relato exposto contribui para demonstrar que o funcionamento da Grafita contribui de maneira efetiva não só na formação profissional, mas também humana, cujas atividades representam diferenciais pedagógicos e mercadológicos.

Cabe apontar também que a Grafita opera em conformidade com os princípios éticos que estão no fundamento de todos os cursos da Instituição a que pertence, bem como à legislação que regula as diversas formas de se fazer Publicidade e Propaganda, desde a Constituição Brasileira até as normas criadas pelas entidades da categoria profissional (CONAR - Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária), que estabelece os padrões éticos mínimos a serem observados na elaboração do anúncio publicitário. Buscando manter os princípios efetivos da legislação, a Agência adota uma postura de análise e parecer ético de trabalhos elaborados antes de sua apresentação aos clientes, oportunizando aos estudantes vinculados desenvolvimento profissional de acordo com ética e humanização nas questões comunicacionais vividas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONA, Nivea Canalli. Publicidade e Propaganda: da agência à campanha. Curitiba: Ed. IBPEX, 2007.

SANT' ANNA, Armando et al. Propaganda: teoria, técnica e prática. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GASTALDO, Édison. Publicidade e sociedade: uma perspectiva antropológica. Porto Alegre: Sulina, 2013.