

AGÊNCIA EXPERIMENTAL MAIS COMUNICAÇÃO E SUA PRÁTICA COMO EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

Alison Lima Amaral Moreira, Claudia Mara Stapani Ruas, Elton Tamiozzo de Oliveira, Eduarda Dutra de Oliveira, Fernanda Lara de Souza Tejada, Gabriel Ferraciolli Soares, Gabriel Martin Céspedes, Geovana Ferreira Guimarães, Thiago Rodrigues de Oliveira

Universidade Católica Dom Bosco, Avenida Tamandaré, 6000, Seminário - 79117-900 - Campo Grande-MS, Brasil, ra197546@ucdb.br, claudia@ucdb.br, eltontamiozzo@msn.com, ra189507@ucdb.br, ra192734@ucdb.br, gabriel.ferraciolli@ucdb.br, rf1750@ucdb.br, ra192817@ucdb.br, ra192824@ucdb.br.

Resumo

Este artigo tem como objetivo apresentar a Agência Experimental Mais Comunicação e suas práticas como extensão universitária. A Agência em questão é um laboratório de extensão do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) de Campo Grande/MS e se configura como uma unidade de apoio pedagógico com objetivo de contribuir não só com a formação profissional, mas também com o crescimento pessoal do discente. Os acadêmicos, neste espaço, têm a oportunidade de vivenciar a extensão, é o processo educativo, cultural e científico que articula o Ensino e a Pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre Universidade e Sociedade. A metodologia utilizada para o fazer publicitário, os extensionistas, sob supervisão dos professores, devem buscar soluções criativas com a supervisão dos professores, tendo como base o conteúdo teórico que recebem em sala de aula. Como consideração final, pode-se constatar que a Agência atende tanto à formação profissional como também à formação humana, por meio da extensão, formando cidadãos comprometidos com a sua profissão e com a sociedade.

Palavras-chave: Publicidade e propaganda. Laboratório de Extensão. Agência Experimental. Prática pedagógica

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas. Comunicação

Introdução

Este artigo tem como objetivo apresentar a Agência Experimental Mais Comunicação e suas práticas como extensão universitária, unindo-se ao tripé: ensino e pesquisa. Conforme afirma Fernandes (2013, p. 138):

A articulação da pesquisa, ensino e extensão é necessária para produzir uma prática acadêmica coerente com as mudanças da sociedade e do mercado. A pesquisa está presente nas ações de extensão para permitir conhecer, analisar e intervir na realidade, pois esta garante a oxigenação do ensino e da extensão a partir dos questionamentos sobre a realidade vivenciada.

Fundada em 1994, juntamente com a implementação do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB) a Agência Mais foi criada para atender ao tripé: Ensino, Pesquisa e Extensão e Pastoral, com o propósito de cumprir a missão institucional de formação integral de pessoas comprometidas com a sociedade e com a sustentabilidade.

Trata-se de um espaço de prática pedagógica e vivência profissional do curso de Publicidade e Propaganda, que permite aos acadêmicos unir estes elementos na resolução de problemas ou no aproveitamento de oportunidades de comunicação e de relação com a comunidade aos alunos. Em três décadas, centenas de estudantes desenvolveram competências necessárias para o exercício profissional.

O objetivo geral da Agência Mais é interferir de maneira positiva na sociedade e na vida discente, buscando relacionar ensinamentos teóricos à prática, baseando-se na interdisciplinaridade, sendo um lugar de experimentação de ideias, formatos e estratégias e propiciando contato mais próximo com a realidade do mercado de trabalho. Como objetivos específicos pode-se destacar:

- Pensar, planejar e executar ações que contribuam com o desenvolvimento social e a
- formação integral dos acadêmicos;
- Possibilitar ao aluno a vivência de trabalhos publicitários, em ambiente e com
- processos similares aos encontrados numa Agência profissional;
- Estimular a participação e apresentação de trabalhos em eventos científicos,
- buscando, sobretudo, desenvolver o espírito pesquisador nos acadêmicos;
- Colaborar na execução de ações organizadas por outros cursos, projetos e
- departamentos da Universidade;
- Incentivar os acadêmicos a participarem de concursos locais, regionais e nacionais
- como forma de estimular a vivência de situações reais de competição no mercado
- de trabalho

Como descrito e para cumprir esses objetivos, tanto geral como específico, a Agência Mais, atende, preferencialmente, clientes que se alinhem ao caráter extensionista. Todo o processo conta com a supervisão de quatro professores, com diversas especialidades, que se revezam no atendimento aos alunos no período vespertino. Assim, os acadêmicos desenvolvem trabalhos publicitários que permitem interferir de maneira positiva na realidade social e na busca por um mundo melhor e mais justo.

Neste contexto, nossos jobs atentem as organizações sem fins lucrativos, as que compõem o terceiro setor, e a comunidade interna da UCDB., buscando, prioritariamente, atender projetos voltados à valorização e visibilidade dos cursos, desenvolvimento de campanhas e divulgação de atividades acadêmicas (eventos, campanhas, etc.). No que tange ao terceiro setor prioriza-se a criação de campanhas ou peças avulsas que tratam de sustentabilidade e meio ambiente e a solução de problemas sociais como a importância do autocuidado. Com esta prática se desenvolve as competências necessárias da profissão sempre seguindo alguns princípios do carisma salesiano e pastoral, dos quais destacam-se: a) a educação constrói pessoas, b) toda pessoa tem um ponto acessível ao bem e é papel do educador encontrá-lo; c) educação é um ambiente relacional que forma para a vida.

Figura 1 - Logo da Agência Mais



Fonte: Acervo próprio

Figura 2: Espaço físico da Agência Mais



Fonte: Acervo próprio

Os trabalhos, ou *jobs* (como são chamados internamente) desenvolvidos pela Agência Mais são fundamentados pela base teórica adquirida em sala de aula, que acontece no período matutino. No contra turno, ou período vespertino, acontece o funcionamento da Agência atuando da mesma forma que o mercado de Mato Grosso do Sul. Essa dinâmica acontece desde 1994, sendo por meio de suas atividades que a Agência Mais é considerada, até os dias atuais, a primeira experiência profissional para a maioria dos acadêmicos.

Neste sentido, a Mais Comunicação serve como uma introdução ao mercado de trabalho para estudantes dos primeiros semestres do curso e traz a eles a vivência necessária para a compreensão da rotina de uma Agência de Propaganda pois os expõem a situações reais.

Metodologia

Por meio da prática de atividades que englobam o fazer publicitário, acadêmicos, bolsistas e voluntários devem buscar soluções criativas e inovadoras com a ajuda e supervisão de cinco professores, um coordenador e quatro supervisores, em suas áreas específicas: atendimento, criação, mídia, produção e eventos. Os departamentos são formatados de acordo com a metodologia de mercado, para atender as competências necessárias da profissão. Para o bom funcionamento das demandas da Agência Experimental, é essencial organização e metodologia.

A Agência Experimental Mais Comunicação funciona dentro do Laboratório de Comunicação (LABCOM) da Universidade Católica Dom Bosco, de segunda a sexta-feira, das 13h às 17h.

Oferece bolsas aos alunos em forma de desconto na mensalidade. Anualmente são cinco acadêmicos que recebem a bolsa e uma das regras para receber o benefício é não ter mais de duas reprovações ao longo do período do curso; uma terceira reprovação implica na perda da bolsa.

A Agência tem estrutura suficiente para receber até 32 acadêmicos sendo que o espaço é aberto a outros cursos, como por exemplo ao curso de Design e Jornalismo, promovendo integração interdisciplinar. A seleção de acadêmicos extensionistas bolsistas e voluntários é feita anualmente, pelos professores. Após a seleção, os acadêmicos assinam um termo de compromisso no setor de extensão da Universidade. Como a Agência funciona no período vespertino e os acadêmicos têm aulas da graduação no período matutino, o preenchimento do termo garante ao aluno um seguro caso aconteça algum acidente no exercício das atividades, principalmente quando estas são realizadas fora das dependências da universidade. O não cumprimento do termo pode implicar no desligamento do acadêmico da Agência, sendo ele bolsista ou voluntário. Ao final do semestre os acadêmicos devem preencher um relatório de atividades para receberem certificado - com a carga horária que participaram - de atividade complementar.

Para o desenvolvimento das ações existe a necessidade do trabalho integrado de profissionais com conhecimentos técnicos específicos em áreas como atendimento, pesquisa, planejamento, criação (arte e texto), produção, mídia e eventos. O trabalho tem início com o atendimento ao cliente gerando o briefing (relatório de informações) que servirá de base para o planejamento da campanha. Passa-se

então para a etapa de criação das peças, sejam elas impressas (folder, cartaz, panfleto, anúncio, post, etc.), VTs, spot ou jingle, outdoor, banners para web e outras soluções, convencionais ou não. Após a aprovação do cliente é feita a parte de produção, sendo que quando se trata de peça impressa entrega-se, ao cliente, a arte finalizada para que realize a impressão. Em resumo, as etapas incluem *briefing*, pesquisa, produção textual, criação de peças, *mockup*, aprovação e resumo expandido.

A coordenação da Agência Experimental está a cargo do professor Gabriel Ferracioli, que conta com o apoio de mais quatro professores que atuam em conformidade com suas áreas de conhecimento. Essa coordenação e supervisão tem como objetivo adotar um fluxo de trabalho e gerenciamento de projetos com uma metodologia própria chamada fluxo de projeto, que segue as diretrizes do laboratório e as exigências de um projeto de extensão.

A estrutura da Agência e do LabCom (Laboratório de Comunicação da UCDB) permite entregar ao cliente o produto final quando a solução proposta for mídia eletrônica, como VTs, spot e jingle com produção simples, banners para web, websites ou trabalho em mídias sociais. No caso de impresso é entregue ao cliente a arte finalizada para que realize a impressão.

É importante ressaltar que todas as práticas realizadas no projeto de extensão Agência Mais buscam contemplar o trabalho em equipe, tão valorizado hoje no mercado de um modo geral, tanto no acadêmico quanto no profissional.

Resultados

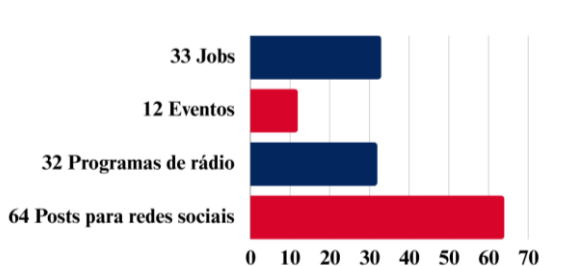
A Agência Mais Comunicação em seus relatórios de produtividade, possui uma média de 100 projetos desenvolvidos ao longo do ano, desde criação de marca, sinalização, postagens para redes sociais, campanhas de incentivo e conscientização, eventos, campanhas de arrecadação, anúncios publicitários e vídeo-cases. Este resultado reflete no seu alcance, em média cinco mil atendidos, direta e indiretamente, através de suas peças publicitárias desenvolvidas por estudantes e supervisionadas por professores.

Na figura abaixo, é colocado em forma de gráfico, o número de jobs. A este total de 33 soma-se o número de eventos que foram criados, planejados e implementados pela Agência, como Dia Mundial da Criatividade e o Intercom Regional em que a UCDB sediou o evento.

O projeto Papo Mais na Comunidade, um programa radiofônico, que vai ao ar toda terça-feira das 11h ao meio-dia, roteirizou, editou e veiculou 32 programas anuais com uma audiência de quatro mil ouvintes/mês.

Para comunicar a comunidade acadêmica sobre todos os projetos da Agência Mais foram criados ao todo 64 posts para as nossas redes sociais.

Figura 2: Número de ações realizadas pela Agência Experimental Mais Comunicação



Fonte: Elaboração própria

Em relação ao número de pessoas alcançadas, o laboratório atingiu cerca de 1666 pessoas de maneira direta, 1600 de maneira indireta. O trabalho da Agência pode ser conferido em alguns espaços do curso de Publicidade e de Design, como em <https://propaganda.ucdb.top/> e [instagram.com/ppucdb](https://www.instagram.com/ppucdb), e nos links para o [Portifólio de 2022](#) e [Portifólio de 2023](#).

Discussão

A agência Mais Comunicação traz em seu bojo o objetivo para contribuir para o desenvolvimento de competências necessárias no mercado de trabalho, estimulando o pensamento estratégico, o trabalho colaborativo e a busca por soluções criativas,

A Mais Comunicação permite em sua formação básica acadêmicos de todos os semestres do curso de Publicidade e Propaganda, que, para o desenvolvimento das atividades contam com o diferencial da supervisão de uma equipe de professores e um tempo de realização das atividades maior que o do mercado – natural por conta da pouca ou nenhuma prática dos acadêmicos.

Para cumprir o objetivo de pensar, planejar e executar eventos que contribuam com a formação integral dos acadêmicos e colaborar na execução dos eventos organizados por outros cursos da Universidade e parceiros, a Agência realiza/colabora com alguns eventos, sendo os principais deles

- Papo Mais: Manhãs onde ex-alunos e profissionais conversam com profissionais sobre as experiências e práticas mercadológicas;
- Movimento Tipo Certo: Ação para estimular a doação de sangue;
- *Plogging* Campo Grande: Auxílio na organização e criação de todas as peças de divulgação e identificação do evento;
- Operação Passa Roupas: Ação que objetiva arrecadação de roupas para doação;
- Adote um Calouro: Ação onde os novos alunos são “adotados” por veteranos para apresentar a Universidade e tirar algumas dúvidas;
- Mutirão Criativo: Dia onde criativos da cidade apresentam seus processos criativos e falam sobre criatividade no cotidiano profissional;
- Papo Mais na Comunidade: Um programa radiofônico que vai ao ar toda terça feira das 11h às 12hrs, em parceria com a Rádio Comunitária Segredo FM 106, 3
- Marcas que importam: Registro fotográfico para conscientizar mulheres sobre a importância do autocuidado como medida preventiva contra o câncer de mama. Este projeto é uma parceria com a Associação Brasileira de pessoas com cancer (ABRAPEC)

Conclusão

A oportunidade de participar da Agência Experimental Mais Comunicação desde o primeiro semestre da graduação consiste em um diferencial valorizado pelos alunos na hora da escolha da Universidade. Embora a participação na agência não seja obrigatória, há o interesse de grande parte dos alunos.

Pode-se afirmar que a Agência Experimental Mais Comunicação atende à necessidade principal de formação profissional de maneira orientada e supervisionada, busca trabalhar, na medida do possível, com a mesma dinâmica de uma agência de mercado.

O cenário exposto demonstra que o funcionamento da agência contribui de maneira efetiva no aprimoramento dos alunos do curso de Publicidade e Propaganda da UCDB na sua formação profissional e, principalmente, humana – devido à forte filosofia salesiana que se compromete a desenvolver cidadãos honestos.

A realização de suas atividades neste cenário representa um grande diferencial pedagógico e mercadológico, uma vez que a inserção de egressos do curso da Universidade Católica Dom Bosco no mercado de trabalho regional é expressiva e crescente.

Além do curso de Publicidade e Propaganda da UCDB ser o pioneiro no Estado, e estar completando 30 anos de contribuição com o mercado de trabalho, a existência de uma agência experimental reconhecida e premiada regional e nacionalmente agrega valor à universidade, ao curso e ao aluno egresso.

Referências

ALMEIDA, Luciane Pinho. **A extensão universitária:** processo de aprendizagem do aluno na construção do fazer profissional. In: SÍVERES, Luiz (org). *Processos de Aprendizagem na Extensão Universitária*. Goiânia: Ed. da PUC Goiás, 2012.

FERNANDES, Mônica Abranches. **Trabalho comunitário:** uma metodologia para ação coletiva e educativa da extensão universitária em comunidades. In: MENEZES, Ana Luisa Teixeira; SÍVERES, Luiz (org.). Transcendendo fronteiras: a contribuição da extensão das instituições comunitárias de ensino superior (ICES)- Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2013. Disponível em <http://www.unisc.br/portal/upload/com_editora_livro/transcendendofronteiras.pdf> Acesso em nov. 2013

FONSECA, Magna Pataro; COSTA, Maria da Conceição Baêta da. **Educação, comunicação e mobilização social:** instrumentos e sensibilização para a limpeza urbana em Belo Horizonte. Belo Horizonte: Secretaria Municipal do Meio Ambiente, 1996

HENRIQUES, Márcio Simeone; BRAGA, Clara Soares; MAFRA, Rennan Lanna Martins. **Planejamento da comunicação para a mobilização social:** em busca da co-responsabilidade. In: Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.