

## Agência Experimental Buzz Publicidade<sup>1</sup>

Gilsara Pereira Rezende<sup>2</sup>  
Alexandre de GODOI<sup>3</sup>  
Arthur Queiroz GILI<sup>4</sup>  
Arthur Traldi MARCELO<sup>5</sup>  
Camila Rodrigues OLIVEIRA<sup>6</sup>  
Carolina Gamba GIL<sup>7</sup>  
Giovanna CHIARAMONTE<sup>8</sup>  
João Pedro BILÉCKE<sup>9</sup>  
Matheus Rogério MARCHI<sup>10</sup>  
Rafael Donizete ZANCHIN<sup>11</sup>  
Willi Budri SILVA<sup>12</sup>  
Patrícia Maturano LONGAREZI<sup>13</sup>  
Centro Universitário Padre Anchieta, Jundiaí, SP

### RESUMO

O seguinte *paper* tem como finalidade descrever o trabalho desenvolvido no ano de 2015 pela Buzz Publicidade, Agência Experimental do Centro Universitário Padre Anchieta – UniAnchieta, de Jundiaí /SP, e apresentar a proposta como um braço do projeto pedagógico do curso, que permite aos estudantes ganhar experiência, construir um portfólio e ter contato direto com o mercado de trabalho.

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

### 1 INTRODUÇÃO

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

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, email: gilsarapr@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: alexandregodoi@icloud.com.

<sup>4</sup> Estudante do 2º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: arthur.q.g@hotmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 1º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: arthur.t2m@gmail.com.

<sup>6</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Marketing, e-mail: crodrigues340@gmail.com.

<sup>7</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: ggil.carol@gmail.com.

<sup>8</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: gi.chiaramonte@hotmail.com.

<sup>9</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: jp.bilecke@hotmail.com.

<sup>10</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: matheusrmachi@hotmail.com.

<sup>11</sup> Estudante do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: rafael\_zanchin@yahoo.com.br.

<sup>12</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: willi.budri@hotmail.com.

<sup>13</sup> Orientador do trabalho. Professor e Coordenador do Curso de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: patricia.longarezi@anchieta.br.

A Buzz Publicidade, Agência Experimental do Centro Universitário Padre Anchieta, de Jundiaí /SP, nasceu em março de 2014, com o intuito de propiciar aos estudantes do curso de publicidade e propaganda um ambiente profissional, que permitisse a prática do conteúdo trabalhado em sala de aula e a vivência real de mercado.

Semestralmente é aberto um edital, pelo qual os estudantes podem se inscrever. O processo seletivo prevê envio de currículo, portfólio e entrevista. As áreas de atuação são diversas: atendimento, planejamento, redação, criação, fotografia, RTV, eventos, dentre outras. Os alunos aprovados escolhem entre dois tipos de contratação: estágio ou bolsa.

As agências de comunicação integrada – aquelas que se propõem a desenvolver um pensamento estratégico que consiga contemplar as principais ferramentas de comunicação com o mercado, de forma orquestrada, harmoniosa, gerando sinergias entre elas; quase sempre são grandes organizações, que se propõem a gerar planejamentos sofisticados aos seus clientes, e formas de implementação e controle das mais desenvolvidas. (SANT’ANNA, 2009, Pág. 302)

Os clientes atendidos pela Buzz Publicidade são reais, da cidade de Jundiaí e região. Estes atendimentos acontecem sem custo, o que dá ao projeto um cunho social.

Devido ao grande número de empresas que procuram pela agência, pouco é necessário prospectar. Muitos veículos de comunicação da cidade e da região propagam o trabalho desenvolvido pela Buzz, assim como o SEBRAE da cidade encaminha algumas empresas com as quais trabalham.

## **2 OBJETIVO**

Duas palavras definem o propósito da agência: experiência e aprendizado. Experiência porque é intuito da instituição demonstrar aos futuros publicitários uma prévia de sua provável área de atuação, seu funcionamento e dinâmica. E aprendizado porque o conhecimento adquirido na agência é uma preparação para a entrada dos jovens no mercado de trabalho com mais preparação e certeza de suas escolhas e expectativas.

Como definição de objetivos, temos:

- Criar oportunidade para o aluno unir teoria e prática, assim como unificar todos os conceitos que são passados em aulas diferentes, por professores distintos, como processo único e interdisciplinar;

- Permitir que o estudante adquira a experiência que o mercado exige em uma colocação profissional;

- Contribuir para que o aluno possa construir o seu portfólio;
- Colocar o estudante em contato direto com o mercado, possibilitando network - uma vez que os atendimentos são reais.

### 3 JUSTIFICATIVA

Entende-se que existe uma crescente necessidade de relacionamento entre estudantes e o mercado de trabalho. O mercado publicitário atual mostra-se carente de profissionais que tragam novidade e inovação. Para isso, experiência e vivência fazem parte dos requisitos mais procurados, o que dificulta a entrada de jovens universitários inexperientes neste mercado. Através da simulação de uma agência publicitária, o aluno aprende a atuar em um ambiente de trabalho, dentro de um processo, em equipe e, aos poucos, nas especificidades que o universo publicitário exige. Este aprendizado prévio auxilia o aluno a se posicionar melhor, com experiência e confiança, com repertório profissional e com uma perspectiva mais realista do ramo que pretende seguir futuramente.

O grande diferencial da Buzz Publicidade é o atendimento real a empresas que atuam na cidade de Jundiaí e região. Isso dá veracidade ao trabalho desenvolvido, além de contribuir no desenvolvimento social – uma vez que estes atendimentos são gratuitos a empresas que não possuem condições financeiras de pagar por este serviço no momento.

Junto a experiência profissional, o projeto também contribui para a construção do portfólio dos estudantes que integram a sua equipe. Sabe-se que nas grandes oportunidades de emprego é solicitado o portfólio como ferramenta de avaliação no processo de seleção.

Ainda, ao abrir portas e permitir que seus alunos atuem na área, a faculdade atinge seu principal objetivo como instituição educacional.

Assim, diante de todas as abordagens aqui apresentadas, entende-se a relevância do trabalho desenvolvido pela Buzz Publicidade.

### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A agência funciona durante três dias da semana (3as, 4as e 6as feiras), no período vespertino. Conforme citado acima, através de um edital são abertas as inscrições para as vagas e os alunos se inscrevem encaminhando currículo e portfólio. O processo de seleção é o mais próximo do mercado de trabalho, com entrevistas e dinâmicas. Os principais cargos são **atendimento, planejamento, marketing, pesquisa, criação, redação, RTV, mídias sociais e eventos**. Existe flexibilidade nesta grade e um mesmo estudante pode passar por

mais de uma atividade para ganhar experiência e conhecimento para a escolha da carreira profissional a seguir.

Os alunos que trabalham na Buzz Publicidade são contratados de duas formas diferentes: bolsa ou estágio. Quem escolhe o formato da contratação é o próprio estudante. As duas opções de atuação são benéficas e contribuem diretamente na formação educacional do mesmo.

Os *jobs* são direcionados pela professora orientadora, de acordo com o cargo, o perfil e a disponibilidade de cada integrante. A demanda de cada cliente não é fixa a um determinado aluno; é prática comum o trabalho em equipe.

O projeto da agência prevê não somente a experiência profissional do aluno, mas também o seu aperfeiçoamento através do estudo, da vivência e da construção de um repertório. Para isso, muitas são as ações que envolvem e estimulam a equipe que trabalha na Buzz Publicidade. Em 2015 eles visitaram agência Lew Lara\TBWA, acompanharam os bastidores da gravação do programa CQC (Band) e do Tom Cavalcanti (Multishow), visitaram a multinacional Starret para um bate-papo com os profissionais de comunicação e marketing e participaram do EXPOCOM Sudeste 2015 (em Uberlândia). Abaixo seguem algumas fotos que ilustram parte destas atividades.



Figura 1: visita técnica na Lew Lara\TBWA, em São Paulo/SP.



Figura 2: visita técnica na Starret, em Itu/SP.



Figura 3: participação dos estudantes no EXPOCOM Sudeste 2015, em Uberlândia/SP.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A Buzz Publicidade já atendeu muitos clientes, organizou vários projetos e eventos e produziu diversas campanhas publicitárias. Faz parte do portfólio da agência (no ano de 2015) o Grupo Shahrouri, a empresa Pense Gestão, Caza e Cazebre, ArtFinal Eventos, Santa Casa de Louveira, Associação Comercial de Cabreúva, alguns cursos institucionais (do UniAnchieta), dentre outros. A seguir será apresentado alguns destes *jobs*.

## 5.1 MATERIAIS INSTITUCIONAIS

A Buzz Publicidade é responsável pela produção da comunicação dos cursos institucionais: Comércio Exterior, Gestão Comercial, Letras, Marketing, Pedagogia e Publicidade e Propaganda. Ainda, pelo seu próprio material de comunicação. Destes e algumas outras empresas que também atende, administra as páginas no Facebook, com identidade e conteúdo.



Figura 4: materiais institucionais de produção da Buzz Publicidade.

A Buzz Publicidade se preocupa com o meio ambiente e com a influência que o ser humano tem exercido perante o planeta. Com isso, produziu uma série de vídeos voltados ao Meio Ambiente. Os temas abordados foram: Sustentabilidade, Poluição, Reciclagem, Garrafa PET, Água e A Importância das Árvores. Abaixo segue uma amostra das artes trabalhadas nas animações (vídeos).

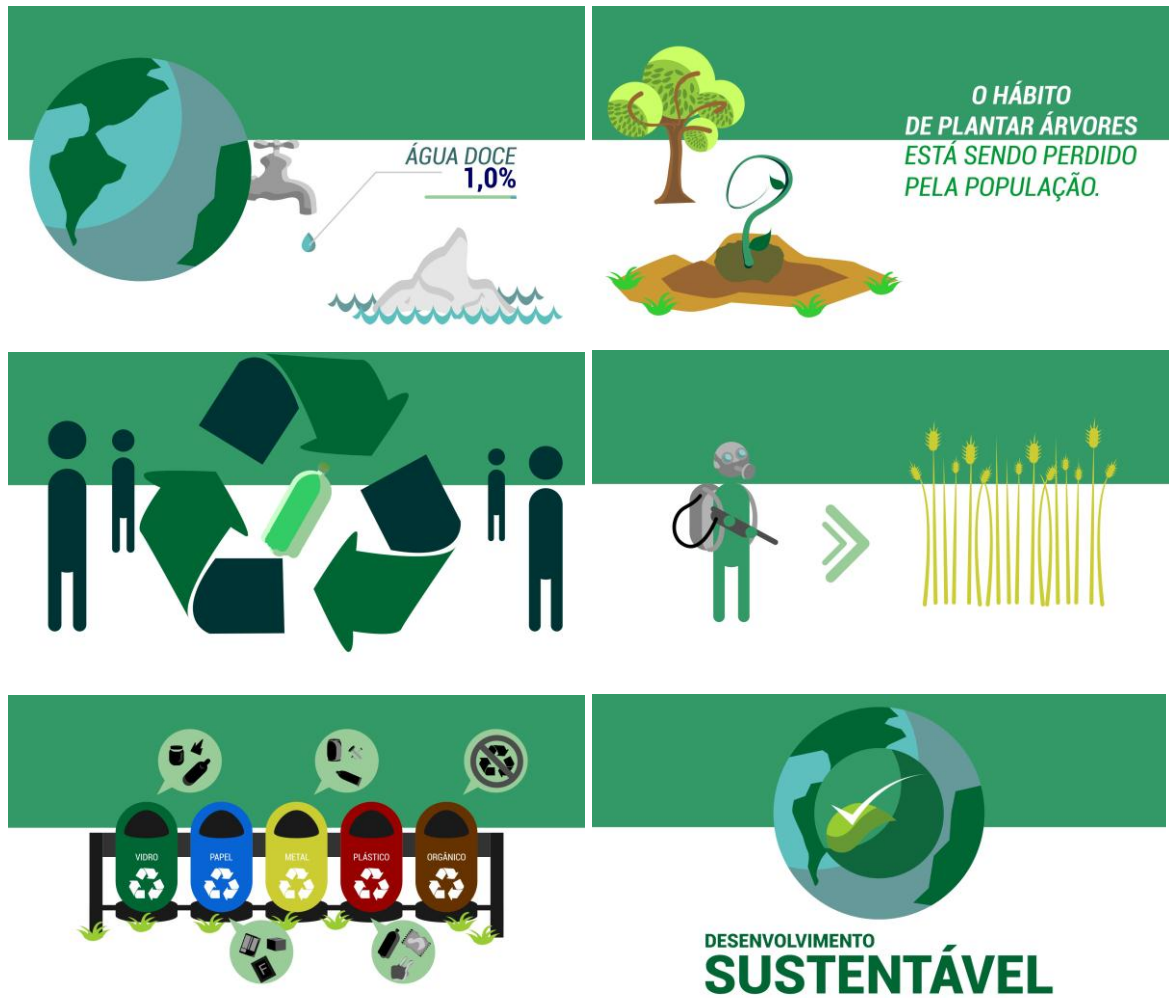


Figura 5: materiais institucionais de produção da Buzz Publicidade.

## 5.2 KAZA E O KAZEBRE

KAZA é uma empresa de congelados saudáveis e O KAZEBRE um restaurante físico com a mesma proposta (fit); ambos do mesmo empreendedor. Para eles foi trabalhada a identidade e materiais de comunicação interna e externa.





Figura 6: comunicação interna KAZA de produção da Buzz Publicidade.



Figura 7: cartão de visita O KAZEBRE de produção da Buzz Publicidade.

### 5.3 ARTEFINAL EVENTOS

Para a ArtFinal Eventos, a Buzz Publicidade faz materiais de divulgação da empresa (outdoor, panfleto, email marketing, ...), produção de comunicação interna de eventos e gerencia a página do facebook (identidade e conteúdo). Abaixo segue a adesivagem produzida para os carros da empresa.







Figura 8: adesivagem do carro da ArFinal Eventos de produção da Buzz Publicidade.

## 5.4 SANTA CASA DE LOUVEIRA

Preocupada com a comunicação interna do hospital e o bem estar de seus colaboradores, a Santa Casa de Louveira nos procurou para a construção (identidade e diagramação) do jornal da empresa. Na primeira edição, abrimos uma votação para que o nome do mesmo fosse definido pelos próprios colaboradores – envolvendo-os no processo, criando vínculo e interesse.

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <p><b>CUIDADOS COM O BOLSO</b></p> <p>O décimo terceiro está chegando e com ele algumas dúvidas do que fazer com o dinheiro. Se você já tem dívidas que precisam ser quitadas, essa é a hora de negociar e quitar, se possível, o valor total da dívida. Não esqueça, chame aquele desconto nos juros, se forem abusivos procure o PROCON.</p> <p>Se suas contas estão equilibradas e você não deve valores que cheguem a comprometer seu décimo terceiro, o recomendado não é nenhuma renúncia de renda, porém é válido frisar: <b>POUPE!</b></p> <p>Guarde o tanto que for possível para as horas difíceis ou de lazer. Se você tem um espírito empreendedor, aproveite a oportunidade e invista na sua ideia. Fronte sua fé, acredite e vá em frente, se você que tem a ideia não acreditar, quem irá?</p> <p>No entanto, se sua dúvida está entre comprar com o cartão de crédito, deixar o dinheiro na poupança e pagar só depois, ou pagar à vista, siga a informação: Os juros pagos pela poupança tem sido menor de 1% ao mês, por outro lado a maior taxa de juros do cartão de crédito.</p> <p>tarifado pelas instituições de crédito no país é de 5,5% ao mês. A diferença é muito grande para correr o risco de perder a data. Portanto, pagar as compras à vista e barganhar o desconto são a melhor opção.</p> |  | <p>NOV/ 2015<br/>1ª EDIÇÃO</p> <p><b>O JORNAL DA SANTA CASA<br/>JÁ É UMA REALIDADE!<br/>E, AÍ?<br/>VAMOS PENSAR<br/>EM UM NOME PARA ELE.</b></p> <p>BREVE MAIORES INFORMAÇÕES.</p>  |  |
| <p><b>PARABÉNS PRA VOCÊ!</b></p> <p>Hoje é seu aniversário?</p> <p>Então, que tal abrir os olhos e sentir o prazer da vida, pois hoje é um dia muito especial! É um dia para refletir sobre o ano que passou. Foram muitos anos e desafios, mas sempre a certeza de viver intensamente cada dia aproveitando cada momento para aprender e evoluir.</p> <p>Cada dia é mais um passo na longa caminhada da vida. E certamente você como ninguém sabe a pessoa especial que é.</p> <p><b>NOVEMBRO</b><br/>2 - Rogério Braz<br/>3 - Elaine Martins<br/>3 - Maria Helena dos S. Pontes</p> <p><b>DEZEMBRO</b><br/>1 - Viviane Aparecida da Silva<br/>2 - Emerson Ferreira Jorge<br/>3 - Edna Leite da Silva<br/>5 - Ana Paula Carneiro<br/>6 - Carolina Paula Dias Martins</p>  |  | <p><b>IRMANDADE SANTA CASA DE LOUVEIRA</b></p> <p><b>NOSSO CANTINHO MOTIVACIONAL</b></p> <p>É com muita alegria que inauguramos esse espaço! Sinto-me eternamente grata por fazer parte dessa iniciativa.</p> <p>E por falar em alegria, cito aqui Erco Werstman: "Felicidade é a certeza de que a nossa vida não está se passando indolentemente". E não me enganem! Em especial, para quem trabalha no setor de saúde, vale uma reflexão individual para lembrarmos do bem que fazemos ao próximo todos os dias e executar um trabalho bom é amar o que você faz. Eu, particularmente, não posso negar que meu trabalho é como um presente de Deus, e os que estão mais próximos de mim sabem disso.</p> <p>São aprendizados e novas experiências todos os dias, além da instrução, mas sentir contribuinte aos meus colegas assistenciais, que desempenham uma das mais nobres funções na área da saúde.</p> <p>Então, não podemos nos esquecer que nossa vida não está se passando inutilmente, presente-se com seu próprio sorriso, ele faz bem a você e aos que estão ao seu redor, você é a diferença que procura, não adie alegrias, não adie conquistas, não adie aprendizado, estamos todos no mesmo barco a seguir... Portanto, sejam todos bem vindos!!! Esta Barco ISOL conta com vocês!!!</p>  |  |
| <p><b>CRÉDITOS</b></p> <p>Nossos agradecimentos a todos os envolvidos que se disponibilizaram voluntariamente para que esse projeto acontecesse:</p> <p>Idealizador: Elaine Martins<br/>Repórter: Luciano Nicodemi Jr</p> <p>Repórter: Raquel P. da Silva<br/>Repórter: Cristiane F. Vismara<br/>Repórter: Jéssica Laboghini<br/>Organização: Natália Teixeira<br/>Captação de Recursos: Nilde Oliveira</p> <p>Criação e Diagramação: Centro Universitário Padre Anchieta – Profa. Patrícia Maturano Longarezzi e João Pedro Bilecke</p> <p>QUEBRE BEM NOSSO COLABORADOR ENTRE EM CONTATO COM A NÓS!</p>   |  | <p><b>OPINIÃO DO NOSSO CLIENTE</b></p> <p><b>ADRIANA AZEVEDO SILVEIRA</b><br/>Dia 08/09 às 10h20 – "Amei as enfermeiras Solange, Luzinete e Michele, são nota 10. A comida do Hospital é ótima, nota 10."</p> <p><b>LETICIA FERREIRA</b><br/>Dia 11/09 às 16h00 – "O atendimento foi excelente por toda a equipe é muito bom ser atendida por pessoas tão dedicadas, estão todos de parabéns!"</p>  |  |



**BATE - PAPO**

**QUEM É VOCÊ?**  
Sou Elisabete Aparecida da Silva Dionizio, tenho 3 filhos, trabalho na Santa Casa como recepcionista a 14 anos. Nasceu e criou-se em Louveira, faço aniversário no dia 27 de fevereiro. Sou do signo de peixes. Casada a 30 anos, considero como minha maior qualidade a paciência, porém classifico como meu defeito a auto exigência. Tenho várias manias, mas destaco a de querer sempre tudo do meu jeito, organizadas da minha maneira.

**O QUE MAIS GOSTA DE FAZER NAS HORAS QUE NÃO ESTÁ TRABALHANDO?**  
Ficar em casa com a família é minha diversão. Meus netos, meus filhos e meu marido são as minhas alegrias. Mas também, estar na igreja toda semana é o que me traz paz e não abro mão de fazer.

**QUAIS AS EXPERIÊNCIAS, CADA HORA É APRENDIZADO QUE APRENDO MEU TEMPO DE TRABALHO?**  
Apesar de todos os dias aprendermos uma coisa nova, todos os dias levo algo diferente para refletir e tornar como aprendizado. Mas, o que eu aprendo para o resto da vida é que trabalhar aqui no hospital me fez enxergar a dor do outro de uma maneira diferente.

**DE OLHO NA SAÚDE**

**RINITE**  
A rinite é uma inflamação das mucosas nasais, causada por vírus, bactérias ou por reação alérgica (a mais comum). É desencadeada por vários fatores como poeira doméstica, ácaros, bolores, mofo, perfumes, cigarro, pêlos de animais, variação de temperatura e quaisquer outras substâncias irritativas da mucosa nasal.

**FACEWORK**

**TORTA DE ABACAXI**

**INGREDIENTES DA MASSA**  
2 gemas  
1 xícara de açúcar  
1 xícara de trigo  
½ copo de leite  
2 colheres em neve

**INGREDIENTES DO CREME**  
1 lata de leite condensado  
1 lata de leite (medida acima)  
1 colher de batatinha  
2 gemas  
3 colheres de maizena

**INGREDIENTES DO CREMINHO**  
2 colheres em neve  
4 colheres de açúcar  
½ caixa de creme de leite  
coco para polvilhar

Figura 9: jornal Santa Casa de Louveira de produção da Buzz Publicidade.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Buzz Publicidade prepara o estudante para o mercado profissional, contribui para a sua formação pessoal e impulsiona o seu crescimento. Ainda, presta um trabalho social as empresas de Jundiaí e região.

Para nós, enquanto alunos e integrantes da agência, a experiência significa a ampliação da visão da nossa capacidade de conhecimento. Ter um espaço dentro da faculdade onde podemos experimentar as diversas áreas de atuação antes mesmo de chegarmos ao mercado, nos faz perceber que a publicidade pode ser cada vez mais encantadora e que escolhemos a faculdade certa para trilhar este caminho.

É possível acompanhar um pouco mais do trabalho apresentado através da página do facebook, procurando por Buzz Publicidade UniAnchieta.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORDENAVE, Díaz E. Juan. O que é comunicação. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.
- KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Atlas, 2009.
- NEGRI, Marina. Contribuições da Língua Portuguesa para a Redação Publicitária. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- SANT'ANNA, Armando. Propaganda: teoria, técnica e prática. 8ª edição. São Paulo: Editora Cengage Learning, 2009.
- SAMPAIO, R. Propaganda de A a Z. 3ª edição. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2003.