

Mude sua forma de ver o mundo.
Revista do curso de Publicidade e Propaganda da Unoesc Joaçaba¹

Cristiano MULLER²

Daiane WEBER³

Paula Betina PIRES⁴

Priscila TONET⁵

Suelen CLOSS⁶

Paulo Ricardo dos SANTOS⁷

Sílvia Spagnol Simi dos SANTOS⁸

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba, SC

RESUMO:

O presente paper relata a organização, planejamento e desenvolvimento de uma revista sobre o curso de Publicidade & Propaganda da Unoesc Joaçaba, que possibilitou ao leitor uma visão ampla e direcionada sobre sua função comunicacional na sociedade e sobre a formação acadêmica que é oferecida pela mesma. O principal objetivo do produto impresso é apresentar os eventos, estrutura e conquistas do curso. A revista foi produzida na disciplina de Agência Experimental e é uma das peças da campanha institucional desenvolvida para o próprio curso no segundo semestre de 2013 pelos acadêmicos da 6ª fase.

PALAVRAS-CHAVE: Revista; Cultura; Publicidade; Campanha; Unoesc;

1 INTRODUÇÃO

A revista é um formato midiático que no geral, agrada muito ao público leitor que busca um conteúdo informativo mais contextualizado, e ao mesmo tempo, entretenimento, diversão e variedade. Utilizando-se desta técnica e com o intuito de atingir o público alvo, que são empresários e estudantes da região centro-oeste de Santa Catarina, foi criada uma campanha institucional do Curso de Publicidade e Propaganda da Unoesc Joaçaba. A

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Jornalismo, modalidade Revista Impressa.

² Estudante do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda, e-mail manoojba@hotmail.com.

³ Aluno líder do grupo e estudante do 6º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: weber.daiane@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda Unoesc, e-mail paulakaulitz@bol.com.br.

⁵ Estudante do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda Unoesc, e-mail priitonet@gmail.com.

⁶ Estudante do 6º semestre do curso de Publicidade e Propaganda Unoesc, e-mail sukloss@hotmail.com.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda; paulo.santos@unoesc.edu.br

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda; silvia.simi@unoesc.edu.br

campanha foi estruturada por um grupo de cinco alunos do 6º semestre de Publicidade e Propaganda na matéria de Agência Experimental. Além da revista, a campanha conta com vídeo institucional, spot de rádio, camiseta e redes sociais.

A revista será publicada anualmente, contendo as fotos dos eventos do curso ocorridos em seus respectivos anos, além de fotos dos acadêmicos, além de ressaltar alguns diferenciais oferecidos, com o objetivo de firmar a imagem do curso.

2 OBJETIVO

O principal objetivo através desta peça de cunho informativo consiste na divulgação dos eventos e das qualidades pertencentes ao curso de Publicidade e Propaganda da Unoesc Joaçaba, visando reestruturar a imagem do curso e conseqüentemente aumentar a procura pelo mesmo.

Através da confecção deste trabalho, buscou-se a capacitação dos graduandos de Publicidade e Propaganda para o domínio do processo de planejamento, produção, edição e revisão de revistas através do entendimento teórico e técnico específico para este veículo.

3 JUSTIFICATIVA

Desde o ano de 1997 a população de Joaçaba e região começou a perceber que algo diferente estava acontecendo: as ruas estavam ficando mais coloridas, as pessoas mais sorridentes e o mercado mais competitivo. A implantação do Curso de Publicidade e Propaganda na Unoesc foi um marco para a região, fazendo surgir agências de propagandas, departamentos de marketing, empresas especializadas em website, profissionais da área foram profissionalizados, bem como jornais impressos e todo o tipo de anúncio começou a ganhar “cara nova”. São mais de 15 anos fazendo uma história diferente em Joaçaba e região; uma história que batalhou por um mercado mais profissional e competitivo e agora investe em qualidade de ensino e estrutura para formar, não apenas profissionais, mas pessoas criativas, empreendedoras, capazes e vencedoras.

A Unoesc possui alguns dos melhores laboratórios de comunicação do sul do Brasil, todos os anos os equipamentos de vídeo, áudio, produção gráfica, fotografia, rádio, entre

outros são atualizados com um único propósito: proporcionar ao acadêmico a melhor condição de ensino-aprendizagem para que depois, quando chegar ao mercado de trabalho, possa conhecer e dominar todas estas ferramentas. Além disso, quase todos os professores que atuam no quadro docente são mestres, que trabalham ou trabalharam no mercado da comunicação, o que possibilita interação maior entre professor e acadêmico. De acordo com o Ministério da Educação (MEC), os cursos de Comunicação Social da Unoesc estão entre os melhores do Brasil; na última avaliação feita pelo Enade (Exame Nacional de Desempenho de estudantes) os cursos obtiveram nota 4,0, sendo que a avaliação vai de 0 a 5,0; exemplo disso são os diversos prêmios estaduais e nacionais que os alunos ganham todos os anos.

A revista sempre foi um veículo impresso que se diferencia por algumas características específicas, que se pode sintetizar em três aspectos: linguagem, texto e apresentação visual. Estes três aspectos foram trabalhados durante o processo de produção da Revista Institucional do curso de Publicidade e Propaganda.

Para Collaro (2007), revistas são:

Publicações periódicas que abordam os mais variados ramos do conhecimento humano com os mais diversos graus de abrangência ou especificidade, as revistas perseguem um visual cada vez mais sofisticado, empregando os mais avançados recursos tecnológicos das artes gráficas. (p.32).

Os diversos gêneros textuais encontrados nas páginas de revistas se adéquam a proposta de produzir conteúdo opinativo e interpretativo. O produto final não é apenas o material impresso: vai além. São páginas com um recheio que pretende conversar com o leitor, criando um contrato de leitura ancorado na reflexão de assuntos que interessam a muitos, mas geralmente não encontram espaço em veículos tradicionais.

Sérgio Vilas Boas (2000) caracteriza a linguagem utilizada nas revistas como um texto que requer planejamento e talento, uma “conciliação entre arte e técnica” e usa para esse texto destinado às revistas o nome de estilo magazine. Títulos nominais; possibilidade de uso de adjetivos e coloquialismos; presença de elementos narrativos e descritivos; ênfase aos personagens e falas com possibilidade de apresentação em forma de diálogos.

No aspecto visual, a revista também tem suas características próprias, como o uso privilegiado da imagem, seja foto ou ilustração. Todas essas características que fazem deste veículo detentor de virtudes próprias. No panorama do jornalismo impresso, tais virtudes

foram ressaltadas durante as várias etapas de produção da Revista do Curso de Publicidade e Propaganda UNOESC, que possibilitou aos acadêmicos a passar por experiências práticas, voltadas à elaboração e diagramação de revistas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a produção da revista Institucional do Curso de Publicidade e Propaganda Unoesc Joaçaba, a proposta foi o desenvolvimento e a evolução nas técnicas de texto e imagens. A elaboração do material acrescentou, e muito, no processo de aprendizagem dos discentes do curso, pois integrou informação, prática e ampliou a visão dos alunos e dos professores em relação às referidas áreas do conhecimento.

A primeira edição foi enriquecida pelo trabalho desenvolvido na matéria de agência experimental e a criação da campanha para a nova imagem do curso, sendo como peça principal a revista.

Primeiramente o grupo que atendeu o cliente, Curso de Publicidade e Propaganda da Unoesc, fez um briefing levantando os dados necessários para descobrir o objetivo do mesmo. Após, foi criado um planejamento de marketing visando descobrir o posicionamento do cliente no mercado, seu público alvo, a demanda do serviço e quais os seus concorrentes. As peças solicitadas pelo cliente foram a revista, o vídeo institucional, o spot, a camiseta e as redes sociais.

No processo de criação, primeiramente foi elaborado o conteúdo textual presente na revista, logo após, ele foi distribuído em um rafe onde foi idealizada a arte e a diagramação da revista. Após a análise do rafe feita pelo professor orientador da revista, a mesma foi entregue aos acadêmicos que fizeram os ajustes necessários.

Ao final da produção, todos os textos e as fotos selecionadas para fazer parte da revista foram encaminhados para a equipe de edição para a diagramação e finalização da revista. Após a aprovação do professor orientador, o arquivo finalizado foi enviado, em CD, para a impressão.

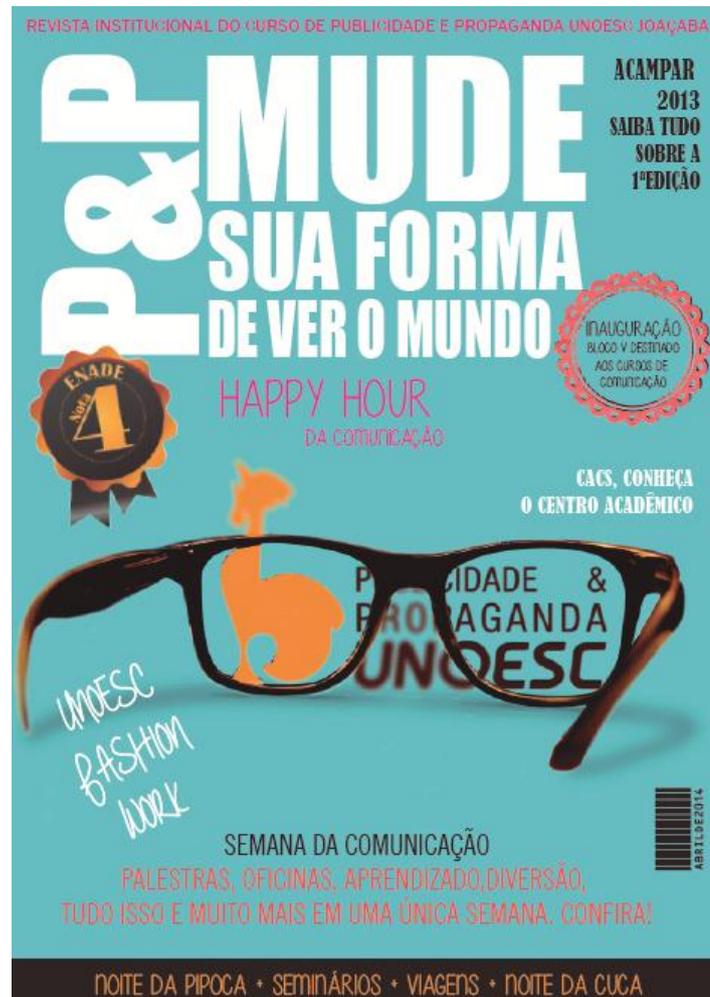
5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A revista Institucional do curso de Publicidade e Propaganda é uma peça de cunho informativo, dedicada exclusivamente para o posicionamento do curso, demonstrando sua estrutura, seus eventos e diferenciais. De acordo com Collaro (2000), “desenhar uma pagina significa muito mais que apenas dispor textos, fotos e ornamentos no papel; é construir, estruturar elementos que irão compor uma mensagem que deve ser trabalhada conscientemente”, sendo assim, cada pagina foi desenvolvida visando uma ligação com o conteúdo abordado na mesma, para despertar a atenção potencial do leitor.

O produto foi diagramado no *software* Illustrator CS6, em pranchetas A3, onde, depois de impressa e grampeadas as paginas teriam o formato A4, cada uma, orientação vertical, em papel colchê gramatura 120 na capa e colchê gramatura 75 nas folhas internas. A revista contém 32 páginas, a impressão foi feita em cores. A tiragem é de 1.000 exemplares, os quais são distribuídos gratuitamente. O processo de produção da revista, da elaboração do projeto à publicação, durou cerca de três meses, de agosto a outubro de 2013.

Conforme Collaro (2000), “é importante a análise das cores que imprimirão a capa, levando-se em conta as porcentagens que provocam o contraste, por consequência, a valorização da tipografia das chamadas”, desse modo, a capa é composta por diversas chamadas em tipologias diferentes alinhadas assimetricamente proporcionando um visual atraente junto as cores utilizadas (azul celeste, rosa, branco e preto) trazendo, assim, disposição moderna e harmônica a estrutura da capa.

Figura: Capa da Revista



Fonte: os autores

Em suas 32 páginas, a revista, com capa e contracapa, traz em seus textos iniciais o editorial, o expediente, uma breve descrição sobre a universidade e outra a respeito do curso de Publicidade e Propaganda, em seguida vem o sumário, com a numeração e relação dos eventos que o mesmo promoveu no ano como: Noite da Pipoca, Semana da Comunicação, Acampar, Unoesc Fashion Work, palestras, seminários, oficinas, inauguração do novo bloco do curso, além de fotos das viagens de estudo que os alunos participaram em 2013. A revista também é destinada a mostrar a estrutura física que o curso oferece, com páginas sobre o laboratório de fotografia, rádio, TV, produção gráfica além da agência experimental com o portfólio das campanhas realizadas pelos demais grupos da Agência Experimental. Há uma página dedicada às opções de intercâmbio que o curso proporciona, e uma para salientar os prêmios conquistados recentemente.

6 CONSIDERAÇÕES

A primeira edição da revista Institucional do curso de Publicidade e Propaganda da UNOESC Joaçaba foi confeccionada pelos alunos do sexto período do curso de Publicidade e Propaganda da Unoesc, que demonstraram capacidade de aplicar diversos conhecimentos teóricos e práticos apreendidos em várias disciplinas no decorrer do curso. Pode-se dizer que ela colaborou no crescimento acadêmico e profissional de todos os envolvidos, e ainda atingiu seu principal objetivo, que é proporcionar as pessoas uma nova visão do curso e, também, sobre o mundo publicitário.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COLLARO, A. Celso. **Projeto gráfico: teoria e pratica da diagramação**. São Paulo: Summus, 2000.

COLLARO, A. Celso. **Produção gráfica: arte e técnica da mídia impressa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

UNOESC- **Universidade do Oeste de Santa Catarina**- Disponível em <<http://unoesc.edu.br/>> Acesso em 01 de outubro de 2013.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 2000.