

Produção de Propagandas Sociais Radiofônicas e Educação Tutorial: uma proposta para a formação do profissional de comunicação

Lucilene Gonzales*
Daniele Seridório**

Resumo

Produção de propaganda social radiofônica para a emissora educativa Radio Unesp FM. Este é o propósito da Agência Propagação, projeto de extensão da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp, composto por 15 alunos, estudantes de Comunicação e Design, que em suas atividades, são coordenados pela Profa. Dra. Lucilene Gonzales. Pelo desenvolvimento e reconhecimento do projeto, atualmente, além da criação de propaganda social radiofônica, a agência evoluiu para um ambiente de educação, articulando ensino, pesquisa e extensão. Organizados como uma agência de propaganda, alunos e professora experimentam a educação tutorial em um ambiente multidisciplinar, que reúne técnicas profissionais, metodologia científica e compartilhamento de conteúdos estudados em sala de aula.

Palavras-chave: Agência Propagação; educação tutorial; ensino; extensão; pesquisa; propaganda social.

Abstract

Produce radio social advertisements to convey UNESP FM Radio. This is the purpose of "Agência Propagação", extension project of the Faculty of Arts, Architecture and Communication Unesp, Bauru, SP, composed of 15 students of Communication and Design, coordinated by the teacher responsible, Lucilene Gonzales. This extension project, however, over the four years of operation, has evolved from a manufacturing space of advertisements for a creative environment where teaching and learning are associated with teaching, research and extension. Organized as an advertising agency, teachers and students experience education tutorial at an interdisciplinary environment with technical expertise, scientific, technological and academic.

Key-words: "Agência Propagação", tutorial education, extension, research, social advertisements.

Introdução

Este artigo pretende apresentar uma proposta de ensino-aprendizagem de Comunicação Social, com enfoque para a Propaganda e Publicidade. Um professor tutor do curso organiza-se com um grupo de alunos de Comunicação e

* Lucilene dos Santos Gonzáles. Professora titular da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp de Bauru. lucilene@uol.com.br .

**m= Daniele Ferreira Seridório. Brasileira. Estudante do terceiro ano do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação – UNESP, Bauru. seridorio@gmail.com .



design para desenvolver atividades orientadas na área, tendo como princípio a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.

Trata-se de um movimento baseado na proposta de Educação Tutorial, orientada segundo a Portaria MEC nº 591, de 18 de junho de 2009, com as alterações da Portaria MEC nº 975, de 27 de julho de 2010, cujos objetivos são:

- I - desenvolver atividades acadêmicas em padrões de qualidade de excelência, mediante grupos de aprendizagem tutorial de natureza coletiva e interdisciplinar;
- II - contribuir para a elevação da qualidade da formação acadêmica dos alunos de graduação;
- III - estimular a formação de profissionais e docentes de elevada qualificação técnica, científica, tecnológica e acadêmica;
- IV - formular novas estratégias de desenvolvimento e modernização do ensino superior no país; e
- V - estimular o espírito crítico, bem como a atuação profissional pautada pela cidadania e pela função social da educação superior.

Esta proposta de ensino-aprendizagem extracurricular vigora na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – FAAC – Unesp – no campus de Bauru, Brasil, desde 2007.

Agência Propagação como espaço de Educação tutorial

A proposta de Educação Tutorial adveio da im-

plantação do projeto de extensão da FAAC, denominado Agência Propagação. Seu objetivo inicial era produzir propagandas institucionais radiofônicas, de caráter social para serem veiculadas na Rádio Unesp FM de Bauru. Para isso, formou-se um grupo de alunos de Comunicação Social - Relações Públicas, Jornalismo, Radialismo- e Design que se dividiram nas áreas de Atendimento/Planejamento, Criação – Redação, Locução e Sonorização – , Assessoria de Comunicação e Comunicação Visual.

Concomitantemente, foi criado o GEP - Grupo de Estudos Publicitários – para oferecer subsídio teórico aos discentes na área de Publicidade e Propaganda. Esse grupo está certificado pelo CNPq e é pioneiro na FAAC, onde não há a habilitação em Publicidade e Propaganda no curso de Comunicação. O GEP existe como espaço de debate sobre a área em todos os seus aspectos, assim como estratégias de comunicação, permeando sempre as reflexões pelo viés da responsabilidade social e da ética de quem produz essas comunicações.

Ao longo desses quatro anos de existência, esse projeto de extensão evoluiu da produção de propagandas institucionais de caráter social para um ambiente de Educação Tutorial em que os discentes experimentam diversas ações de educação extraclasse, sob a orientação de um professor tutor, pesquisando e interagindo com a comunidade por meio da extensão de serviços.

A Agência Propagação mobiliza-se pela produção de propagandas sociais radiofônicas, mas, o objetivo do projeto vai além dessa atividade prática e conceitual: hoje se configura como uma possibilidade de tutor e alunos aprenderem e ensinarem conteúdos por meio da prática da



sua profissão. Ou seja, o processo ensino-aprendizagem é gerado pela e na Agência Propagação de acordo com as experiências dos seus atuais 15 integrantes – três bolsistas da Proex (Pró-reitoria de Extensão Universitária da Unesp) e 12 voluntários.

As propagandas do Minuto Consciente.....

A Agência Propagação produz propagandas sociais radiofônicas, assinadas como Minuto Consciente, que divulgam os projetos de pesquisa e extensão da Unesp e da comunidade externa bauruense por meio de *programetes*¹ e jingles de um minuto de duração nos intervalos da programação da Rádio Unesp FM em cinco inserções diárias desde dezembro de 2007.

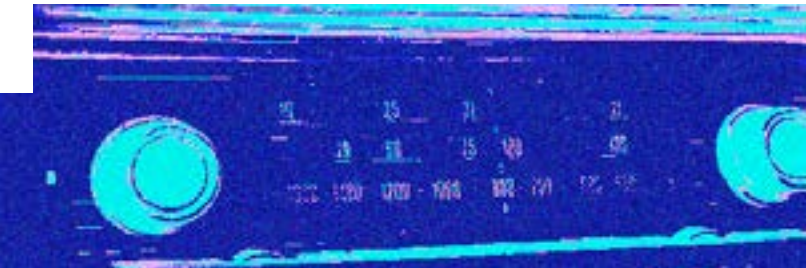
As propagandas sociais do Minuto Consciente divulgam temáticas como Direitos Humanos, integração do idoso à sociedade, a valorização dos cegos, a importância da produção de produtos sustentáveis, a necessidade da prática de esportes e outros temas estudados pela comunidade da Unesp ou serviços prestados à comunidade gratuitamente. Nesses quatro anos de existência, foram divulgados 43 projetos e produzidas 283 propagandas pela Agência Propagação.

Atualmente, o Minuto Consciente é parceiro de outro projeto de extensão, o Minuto Cidadania, coordenado pelo Prof. Dr. Carlo Napolitano, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação. A Agência Propagação produz, mensalmente, para esse projeto, propagandas que envolvem temas sobre Direito e cidadania, conscientizando a população sobre as leis para que exerçam seus direitos. A produção das propagandas do Minuto Consciente é orienta-

¹ “[...] no formato programete, os anúncios são gravados e admitem o uso de diferentes técnicas narrativas, como dramatização, entrevista e depoimentos. Sua duração pode ser de 30 segundos a cinco minutos – no caso do Minuto Consciente dura no máximo um minuto” (VIEIRA, 2010, p. 21).



da pela professora tutora toda semana presencialmente e por e-mails. , assim como as reuniões do GEP, aberto a todos os membros da comunidade. Além da produção das propagandas do Minuto Consciente, a Agência Propagação pratica também a gestão da comunicação estratégica para ampliar o alcance dessas mensagens com seus diversos públicos, orientando a edição de materiais de comunicação em diferentes meios e suportes.



Nas estratégias de comunicação dos projetos da Unesp e/ou sociais da comunidade externa e da Agência Propagação, os integrantes desse projeto “aprendem a fazer fazendo”, ao utilizar-se de novas tecnologias na propagação das informações. Além da produção para o meio rádio, principal veículo de divulgação das propagandas do Minuto Consciente, os alunos inserem, nas práticas de comunicação, a internet e as mídias sociais – site, blog, twitter, Orkut, podcasting, Facebook-, a revista, as mídias alternativas, produzindo agora também a veiculação das mensagens do Minuto Consciente para o meio televisivo. Há uma constante experimentação de novas linguagens e formas de comunicação nas produções, sempre as adequando ao público de interesse.

O ambiente de agência também proporciona aos estudantes envolvidos no projeto o contato com o conceito de comunicação integrada, que consiste em uma interdisciplinaridade da área, para a promoção de uma comunicação sólida, promovendo o fortalecimento institucional, mercadológico e corporativo (CASALI, 2002).

É possível encarar de várias maneiras a comunicação integrada, que em síntese, constitui uma somatória dos serviços de comunicação feitos, sinergicamente por uma ou várias organizações e tendo em vista sobretudo os públicos a serem atingidos e a consecução dos objetivos propostos [...] a real eficácia da comunicação é o objetivo último de um trabalho integrado [...] isto só é possível mediante uma ação conjugada de todas as áreas que produzem emitem e veiculam mensagens para os mais diferentes públicos

(KUNSCH, apud CASALI, 2002: p. 3).

O marketing social, praticado pela Agência Propagação, proporciona o aprendizado dessa estratégia aos estudantes de Jornalismo, Radialismo e Design, e especialmente para os de Relações Públicas.

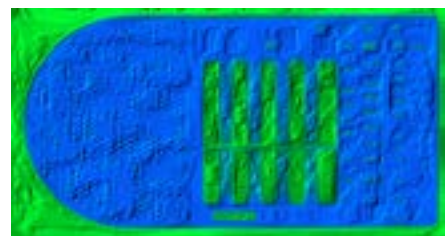
O marketing social é o projeto, a implementação e o controle de programas que procuram aumentar a aceitação de uma idéia ou prática social num grupo-alvo. Utiliza conceitos de segmentação de mercados, de pesquisa de consumidores, de configuração de idéias, de comunicações, de facilitação de incentivos e a teoria da troca, além de maximizar a reação do grupo-alvo (KOTLER, Philip e ZALTMAN, Gerald apud KOTLER, Philip, 1988: p. 288).

O projeto de extensão Minuto Consciente, juntamente com a Rádio Unesp FM, buscam, nas mensagens dessas propagandas, a conscientização do seu público para a tomada de atitudes mais construtivas socialmente.

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.

A Agência Propagação caracteriza-se como uma experiência pioneira de educação tutorial interdisciplinar e interhabilitações na FAAC, já que integra em suas atividades várias disciplinas dos cursos de Comunicação Social e agrega alunos de Relações Públicas, Jornalismo, Radialismo e Design, que trabalham cooperativamente, respeitando a especialização de cada um para adquirir conhecimentos, pesquisar e praticar a extensão com o objetivo de complementar sua formação na graduação.

Esse ambiente de ensino-aprendizagem tem resultado em: a) pesquisas de iniciação científica, financiados pelo PIBIC/CNPq e Fapesp; b) trabalhos de conclusão de curso ou para disciplinas dos cursos de Comunicação Social relacionados às temáticas das atividades desenvolvidas na



Agência Propagação - orientados pela tutora do projeto ou outros docentes da FAAC-; c) estudos teóricos no GEP - Grupo de Estudos Publicitários, coordenado pela tutora e d) atividades práticas na área de Comunicação na Rádio Unesp FM.

A parceria com a Rádio Unesp FM.....

Outro elemento facilitador do desenvolvimento desse ambiente de educação tutorial - a Agência Propagação - é o apoio da Rádio Unesp FM, uma emissora educativa e cultural que atinge um raio de 100 Km da sua sede em Bauru, com uma audiência estimada em 10.000 ouvintes.

A Rádio Unesp abriu espaço na sua programação para as propagandas do Minuto Consciente em 2007 e, no início de 2010, incorporou a Agência Propagação no prédio da emissora. Essa parceria visa à produção de propagandas de projetos sociais solicitadas à Rádio, tanto da Unesp como da comunidade externa. A Agência Propagação, desde maio de 2010, atende numa sala na Rádio, de segunda a sexta-feira, das 14 às 18 horas.

A permanência dos integrantes da Agência Propagação na Rádio Unesp FM todos os dias gera oportunidades de sua atuação na área, já que nesse horário estão formalmente dedicando-se a aprimorar sua formação na elaboração de estratégias de comunicação, das propagandas sociais e atendendo solicitações de comunicação da diretoria da emissora.

Vale destacar que a Agência Propagação é o primeiro projeto de extensão a produzir propagandas sociais para a Rádio Unesp FM e também a instalar-se na sede da emissora.

Agência Propagação, Minuto Consciente e Pesquisa.

O trabalho na Agência Propagação, a produção do Minuto Consciente, o envolvimento com conceitos de publicidade e propaganda, marketing, assessoria de comunicação, o estudo proporcionado pelo Grupo de Estudos Publicitários - GEP - possibilitaram o desenvolvimento de pesquisas de iniciação científica e a produção de monografias, envolvendo a atuação dos alunos nesse projeto. Os primeiros anos de funcionamento do projeto foram estudados e registrados, na pesquisa de iniciação científica, "Aprendendo e produzindo propagandas nos cursos de Jornalismo e Radialismo:

relato do projeto experimental Minuto Consciente, produto radiofônico da Agência Propagação", realizada pelas alunas Natasha Louise Bin de Campos, Mayara Tolotti e Denise Businaro Aiello, financiada PIBIC/CNPq, entre os anos de 2008 e 2009.

Na área de produção de propaganda radiofônica, a pesquisadora Marina Veroneze Vieira, desenvolveu o estudo, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, FAPESP, "Formatos de propagandas sociais radiofônicas: teoria e prática". Essa pesquisa delimitou que as propagandas do Minuto Consciente se encaixam no formato programete, propaganda social que tem duração em torno de um minuto e caracteriza-se por ser mais criativa, e abordar temas sociais. A pesquisadora também desenvolveu, pela experiência na Agência Propagação, seu trabalho de conclusão de curso, "Comunicação Organizacional: um estudo de caso da Agência Propagação".

Outro trabalho de conclusão de curso também desenvolvido na experiência Andrade da Agência Propagação foi o TCC intitulado "O papel do jornalista na Assessoria de Comunicação: um estudo de caso da Agência Propagação".

A procura por novas mídias para informar e conscientizar a população sobre os projetos da Unesp, objetivo das propagandas do Minuto Consciente, foi tema de duas pesquisadoras integrantes do projeto. A aluna de Jornalismo Bruna Silvestre Innocenti Giorgi desenvolveu a pesquisa de iniciação científica, "Revista

Institucional da Agência Propagação: ampliação da estratégia de comunicação das propagandas do Minuto consciente", financiada pela FAPESP, que resultou na produção da revista institucional Propagação. E a aluna Giulia Filippini Meletti desenvolve sua iniciação científica, financiada pela FAPESP, uma identidade estética para as propagandas televisas do Minuto Consciente, na pesquisa "Propagandas televisas do Minuto Consciente: ampliação da estratégia de comunicação da Agência Propagação".

A aluna Isabela Zanuzzi Braga iniciou recentemente a pesquisa financiada pela Fapesp intitulada "A área de Atendimento e Planejamento na agência de publicidade: um estudo de caso da Agência Propagação".

Todos esses estudos são desenvolvidos

por alunos integrantes da Agência Propagação e orientados pela professora coordenadora do projeto, visando a ampliação da formação do graduando e o aprimoramento da comunicação das mensagens do Minuto Consciente.

Agência Propagação: possibilidade de..... **A**mpliação da formação do egresso de..... **C**omunicação Social

De acordo com Projeto Pedagógico dos Cursos de Comunicação Social da FAAC, o egresso da FAAC nas três habilitações – Jornalismo, Radialismo e Relações Públicas – “tem competência profissional, social e intelectual para criar, produzir, divulgar e analisar criticamente produtos e estratégias de comunicação, assim como para exercer sua profissão no contexto cultural, político e econômico brasileiro”. Além disso, tem conhecimentos para adaptar-se às mudanças no mercado de trabalho e capacidade para compreender a dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e de suas relações com os processos sociais. Em decorrência da formação humanística, está preparado para o exercício da profissão com ética e responsabilidade.

Buscando esse perfil do egresso dos alunos dos cursos de Comunicação Social da FAAC, nas três habilitações mencionadas, e do curso de Design, instaurou-se a Agência Propagação para ampliar a formação desses alunos, inserindo-os no universo da Publicidade e Propaganda e, posteriormente, da comunicação integrada das quatro áreas da Comunicação Social e do Design.

Nesse processo de ensino-aprendizagem, os alunos interagem para pensar estratégias flexíveis necessárias ao seu trabalho de mediador da comunicação das organizações – no caso, os projetos e instituições divulgadas - com seus diferentes públicos.

Essas ações requerem ações pedagógicas que incluam conhecimentos e práticas que vão além das atividades

propostas nas disciplinas e os coloquem em interação com o mundo do trabalho: os discentes atuam em situações e problemas reais de um profissional de Co-

municação, interligando as teorias e técnicas de Comunicação Social num processo de ensino-aprendizagem que parte das atividades realizadas pelo projeto de extensão Agência Propagação, uma agência de comunicação com estrutura similar às agências do mercado.

Tecnologias e Metodologias de apoio à..... **E**ducação Tutorial

As ações desenvolvidas pela e com a Agência Propagação pretendem formar um comunicador que tenha uma visão cooperativa e integrada da Comunicação Social, ao vivenciarem no cotidiano do grupo a atuação conjunta de profissionais da área, desenvolvendo neles conhecimentos e habilidades ainda não pensados nos parâmetros da sala de aula, como:

1. A assimilação de conceitos e práticas que possibilitam a compreensão das teorias e técnicas das estratégias e processos empregados na comunicação publicitária e na comunicação integrada;
2. O trabalho em todas as circunstâncias em que esse profissional é normalmente inserido: a) atendimento aos clientes, comunidade acadêmica da Unesp de Bauru – principalmente docentes coordenadores-, que querem divulgar seus projetos de pesquisa e extensão ou quaisquer outras ações sociais; b) planejamento de campanhas de propagandas sociais, incluindo as propagandas radiofônicas do Minuto Consciente e as estratégias de ampliação da comunicação dessas mensagens; c) produção de roteiros de propagandas radiofônicas, sua locução e sonorização; d) assessoria em comunicação interna e externa da Agência Propagação, em vários meios e suportes: internet, impresso, rádio e TV.
3. A coordenação do planejamento estratégico de comunicação institucional da Agência Propagação, do Minuto Consciente e da Rádio Unesp FM;
4. A efetivação de parcerias com outros projetos de extensão da FAAC, que prestam serviços à comunidade – JornalJr, DesignJr, RPJr, Computação Jr e Estúdios e Laboratórios de Comunicação- para uma comunicação eficaz e eficiente dos projetos divulgados pela Agência Propagação ou dela própria;
5. O encaminhamento de serviços a esses parceiros supracitados quando solicitados à Agência Propagação, sempre respeitando as diversas especializações da Comunicação Social.
6. A promoção de palestras sobre temas atuais relacionados à área de atuação da Comunicação Publicitária,

oficinas ou debate com profissionais atuantes em Agências de Comunicação ou produtoras que aperfeiçoem sua formação conceitual ou técnica;

7. A participação em congressos, encontros, jornadas, festivais, concursos nas áreas de Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Radialismo, Design; seja como ouvinte ou apresentando a sua atuação no projeto.

Considerações finais

Os integrantes da Agência Propagação, por meio das propagandas do Minuto Consciente que divulgam as ações sociais da Unesp e de projetos externos, prestam serviços à comunidade acadêmica e principalmente à população mais carente de Bauru, aproximando a universidade da sociedade. A comunicação estratégica objetiva levar às pessoas os saberes e as ações gerados pela Unesp em benefício da sociedade.

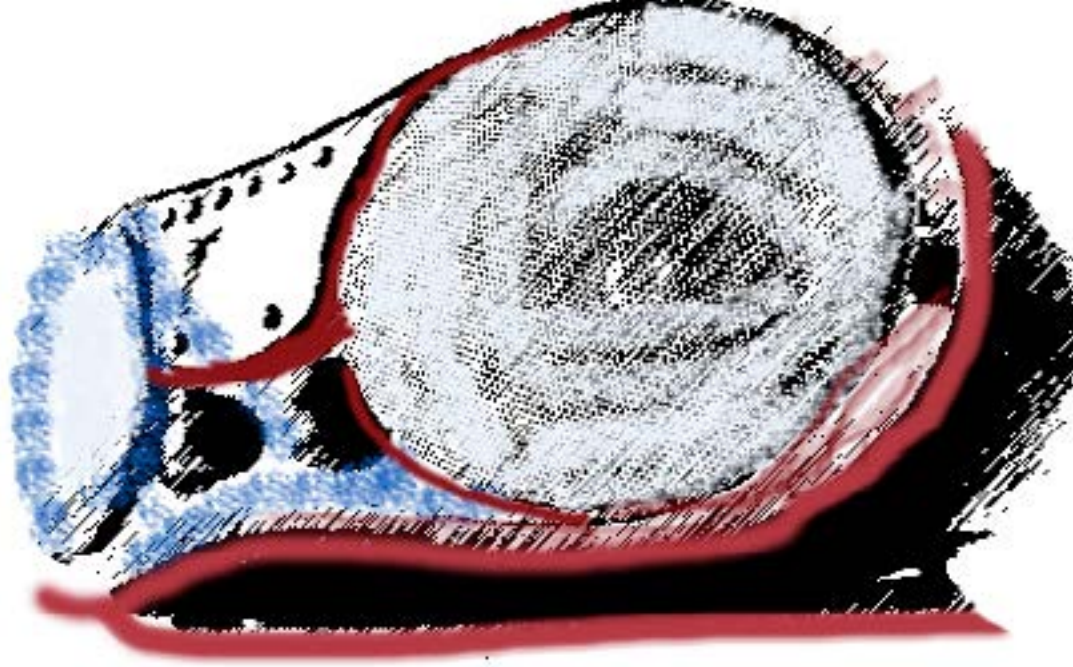
Essas experiências extracurriculares envolvendo estratégias de comunicação, trabalho de criação e edição de materiais de comunicação em vários meios e suportes e emprego de suas diferentes linguagens visa à formação de um profissional mais apto a enfrentar o mercado de trabalho, com consciência de sua responsabilidade social e postura ética nas suas ações e informações aos diversos públicos.

Todas essas ações congregam-se em um ambiente de educação tutorial que articula ensino, pesquisa e extensão como estratégia de investimento na formação dos graduandos.

Referências

CARVALHO, Nelly de. Publicidade: a linguagem da sedução, São Paulo: Ática, 1996.

CASALI, Adriana Machado. Comunicação Integrada e novas tecnologias de informação. In Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC 2002 GT Comunicação Organizacional y Relaciones Públicas, 2002, Bolívia. <http://www.eca.usp.br/alaic/material%20>



congresso%202002/congBolivia2002/trabalhos%20completos%20Bolivia%202002/GT%20%20206%20%20margarida%20kunsch/Adriana%20Machado%20Casali%20-%20CO%20y%20RP.doc . Acessado em 15/03/2012.

CLEMEN, Paulo. Como implantar uma área de comunicação interna: nós, as pessoas, fazemos a diferença: guia prático e reflexões, Rio de Janeiro: Manuad, 2005.

CORREA, Roberto de Barros Rocha. Planejamento de propaganda, São Paulo: Editora Global, 2004.

FERRARETO, Luiz Artur; KOPPLIN, Eliza. Assessoria de imprensa: teoria e prática, Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERREIA, Robson Thiago; TAVARES, Daiane da Silva; ABREU, Karen Cristina. O Twitter como Ferramenta de Comunicação Organizacional. In: RP em Revista, Salvador, 25, fev. 2010. <http://bocc.uff.br/pag/bocc-twitter-tecninf.pdf>. Acessado em: 20/09/2010.

GONZALES, Lucilene. Linguagem publicitária: análise e produção, São Paulo: Arte & Ciência, 2003.

GRACIOSO, Francisco. Propaganda Institucional: nova arma estratégica da empresa, São Paulo: Atlas, 1995.

KOLTERMAN, Paulo Irineu; TRAVELLIN, Luiza da Silva. Educação tutorial no ensino presencial: a experiência do PET na UFMS. http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/PET/pet_texto_i.pdf. Acessado em 10/04/2011. Acessado em: 10/02/2012.

KOTLER, Philip. Marketing para Organizações que não visam o lucro, São Paulo: Atlas, 1988.

KOTLER, Philip; ROBERTO, E. L. Marketing social. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

KUNSCH, Maria Margarida. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada, São Paulo: Summus, 2003.

VIEIRA, Marina. Formatos de propagandas sociais radiofônicas: teoria e prática. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0240-1.pdf>. Acessado em: 10/02/2012