



II CORRERIA – UMA CAMPANHA EM OITO HORAS

JENIFER EDUARDA BECKER (PROLAB)

jenifer.eb@gmail.com

MIRTO BEATRIZ VILANOVA GONCALVES (PROLAB)

mirtobeatriz@uol.com.br

YHEVELIN SERRANO GUERIN

yhevelin@gmail.com

No sábado, dia 12 de maio deste ano, o Curso de Comunicação Social e a A4-Agência Experimental de Comunicação organizaram e realizaram a segunda edição do evento que busca estimular e aproximar os alunos do Curso de Comunicação Social de Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) às práticas de mercado. O projeto tem como objetivos possibilitar aos alunos do curso de Publicidade e Propaganda um contato direto com situações de mercado; possibilitar essa experiência de mercado aos acadêmicos das demais habilitações do Curso de Comunicação Social; estimular a integração do curso e dos alunos com profissionais e empresas de mercado, além de promover o Curso de Comunicação Social da UNISC junto à comunidade local. O evento acontece anualmente, e mantém o mesmo nome, apenas alterando a edição. “Il Correria – uma campanha em oito horas” tem como formato um concurso criativo. Ao mesmo tempo em que estimula o envolvimento e a participação dos acadêmicos com o curso, constitui-se em um desafio criativo no momento em que estimula a aplicação dos conhecimentos obtidos em sala de aula. No dia do evento, as equipes foram recebidas no *campus* sede da Unisc, e, às 9h, iniciou-se a abertura do concurso. Após uma breve apresentação, foi entregue a todas as equipes inscritas o *briefing* da campanha, formulado pelos coordenadores do evento. O cliente dessa edição foi a AAPECAN – Associação de Apoio a Pessoas com Câncer de Santa Cruz do Sul. Seguindo a programação, ao longo do dia, os alunos puderam receber orientação dos professores do curso, que atuavam como consultores externos, com o compromisso de não se envolver diretamente na execução das atividades. As equipes também poderiam utilizar, através do agendamento prévio com os monitores, os estúdios e laboratórios do Curso de Comunicação. Caso a equipe necessitasse se ausentar do *campus*, deveria fazê-lo juntamente com o monitor. Às 17 horas, todas as equipes entregaram os materiais produzidos. Foi exigido, como peça obrigatória, um anúncio de jornal e um anúncio para a rádio. As equipes tinham de 5 a 10 minutos para as apresentações. A banca de jurados foi formada pelo Prof. Adriano Moritz, que representava a parte acadêmica, o Assessor de Comunicação da AAPECAN Santa Cruz do Sul, Lusardo Ramos Jr., e Horacio Villacorta, da Agência Santo Cristo ST de Porto Alegre. Ao final das apresentações, a banca se reuniu, de forma fechada, para decidir, com base no *briefing*, a melhor campanha, que foi premiada com *kit* tecnológico, com peças personalizadas do evento. A todos os participantes foi entregue, antes da premiação oficial, uma lembrança que continha caneca e potinho de café personalizados. A campanha aprovada pelo Cliente tinha como ideia principal sensibilizar as pessoas, aproximando-as da associação. Teve como frase “Seja Engenheiro da SuperAção!”. O evento obteve uma repercussão positiva nos meios de comunicação da região, dentre eles, Gazeta do Sul e Diário Regional. Além disso, o *blog* do Curso de Comunicação Social foi um grande promovedor do evento, lá se encontram, inclusive, as peças produzidas no concurso, assim como fotos do evento, o regulamento, entre outros aspectos. Isso foi pensado para aproximar, ainda mais, os acadêmicos do *blog*. Após a realização do evento, foram feitas algumas ações pós-evento, como

agradecimentos e parabenizações. Além disso, foi criado e divulgado no *blog* do Curso de Comunicação Social um recado de agradecimento e, ao mesmo tempo, de que este terá novas edições.

Instituição: UNISC - SANTA CRUZ DO SUL/RS