

PUBLICIDADE e PROPAGANDA

➤ INFORMAÇÕES BÁSICAS

O publicitário entende profundamente o comportamento humano para poder exercer a ação psicológica sobre o público consumidor, levando-o a desejar o produto anunciado. Dentro de uma agência, a sua atuação é dividida em várias áreas. O trabalho pode ser de atendimento, quando vai ao cliente saber de suas necessidades; de planejamento, ao pensar em como gastar a verba; na área de mídia, onde ele define como gastar: em outdoors ou na televisão, por exemplo; e na produção, quando escolhe o fotógrafo para uma campanha e coordena tarefas. Fora das agências, ele planeja a estratégia de marketing ou representa o cliente perante a empresa. Em veículos de comunicação, como TV e jornal, ele escolhe espaços de anúncios ou os horários de veiculação dos comerciais. O publicitário precisa estar atento a tudo o que acontece no mundo, pois não adianta ter muita criatividade e não saber quais são as expectativas do cliente e do consumidor. Uma propaganda deve ser capaz de antecipar fatos. Ele combina ciências (sociologia, psicologia, história, línguas) com artes (artes plásticas, música, etc.) e tecnologias (televisão, rádio, TV a cabo, internet, computação gráfica, mídias impressas – jornais, revistas outdoors) para divulgar e disseminar idéias, conceitos, produtos e serviços. Também exerce atividades artísticas relacionadas a trabalhos gráficos, plásticos e de expressão estética, destinados a divulgar pela imagem, palavra ou som, as qualidades e as conveniências de mercadorias, produtos e serviços.

➤ O CURSO

O curso tem duração de quatro anos. O estudante deve ser extremamente criativo, além de gostar de marketing e administração. A propaganda de sucesso tem que ser inovadora, mas também precisa vender. Por isso, o curso é um dos mais complexos da área da comunicação. Não basta criar, mas saber associar a mensagem verbal à visual.

Estão entre as disciplinas do currículo: sociologia, filosofia, psicologia, teoria da comunicação, estética de massa, técnica de codificação de publicidade e propaganda, mercadologia, administração, rádio, televisão e cinema.

➤ O QUE VOCÊ PODE FAZER

Atendimento e contato: é o elo entre o anunciante, a agência de publicidade e o veículo de comunicação durante a elaboração da campanha, coletando os dados necessários para a realização da mesma.

Criação: elaboração de campanhas;

Gerente de produto: administração de toda a campanha de um produto;

Marketing: planejamento de venda, desde a campanha até a aproximação com o consumidor;

Pesquisa: levantamentos de dados sobre o consumidor; escolha da melhor mídia para o lançamento de um produto;

Promoção de vendas: elaboração de estratégias para a venda de um produto;
Rádio e TV: produção de peças publicitárias para esses meios.

➤ MERCADO DE TRABALHO

A competição entre as empresas é acirrada, forçando-as a investir mais em propaganda. A Internet e a criação de novas especialidades na área têm gerado algumas oportunidades. Apesar disso, o crescimento do número de empregos não é suficiente para absorver a mão-de-obra que sai das universidades todos os anos. Existe também a concorrência de outros profissionais: um desenhista industrial pode trabalhar em arte e um administrador de empresas pode planejar campanhas.