

Se você tem...

noção de espaço e volume, sensibilidade para a arte,  
desperta paixões com seus desenhos, personagens, músicas,  
consegue ver as coisas comuns de um jeito diferente,  
então, você pode fazer...

### **Publicidade e Propaganda**

**O QUE É:** É a técnica de comunicação usada para criar e manter a boa imagem de produtos, serviços, empresas ou pessoas. O publicitário cria, realiza e divulga campanhas de publicidade. Analisa o produto ou o serviço oferecido e o mercado a que se destina para determinar a melhor forma de apresentá-los ao público e promover sua venda. Para isso, pesquisa o perfil do público-alvo, levando dados como idade, nível socioeconômico, escolaridade, costumes e hábitos de consumo. Após analisar essas informações, escolhe a abordagem e os meios de divulgação mais adequados à campanha: outdoors, anúncios de jornais e revistas, comerciais de rádio e TV e banners em sites da Internet.

Cria os textos e as imagens e acompanha a produção do material. Depois da campanha, faz novas pesquisas para avaliar o impacto da propaganda sobre o consumidor. Em agências publicitárias, dedica-se à criação, à mídia, à produção ou ao planejamento administrativo. No departamento de marketing de empresas, elabora estratégias de venda.

**O CURSO:** Normalmente é uma especialização do curso de comunicação social. Disciplinas como fotografia, redação publicitária e computação gráfica fornecem as técnicas de criação das mensagens publicitárias. O estudante é treinado, ainda, nas diversas linguagens de propaganda - política, comercial ou institucional - e aprende a elaborar planilha de custo. Para complementar a formação, estuda estatística e matérias ligadas à administração e à economia. É comum observar variações no nome do curso. Algumas faculdades combinam os termos de acordo com a ênfase do currículo, por exemplo, Publicidade, Propaganda e Marketing; Publicidade e Propaganda; Comunicação Social; Marketing e Propaganda.

**CAMPO DE ATUAÇÃO:** Como esquecer os mamíferos da Parmalat, o garoto propaganda da Bombril e o baixinho da Kaiser? Quase impossível, concorda? Para que isso venha acontecer o publicitário faz todo um planejamento, conversa com o cliente, procura saber qual o retorno que ele espera obter com o produto, realiza pesquisas de opinião com os consumidores, define o público alvo e o perfil dos veículos de comunicação. Assim o publicitário pode atuar em várias áreas, como:

- **Atendimento** - Servir de ligação entre a agência e o cliente, para levantar os dados que orientarão a campanha de divulgação de um produto ou da empresa.

- **Criação** - Desenvolver campanhas publicitárias com base na análise de pesquisas sobre o mercado consumidor e o produto.

- **Gerência de produto** - Administrar todas as ações de publicidade e de venda de um produto.

- **Marketing** - Planejar estratégias de venda de produtos, da campanha à aproximação com o público consumidor.

- **Mídia** - Escolher os veículos de comunicação mais adequados para difundir uma campanha. Negociar a compra de espaço para anúncios em outdoors, jornais, revistas, TVs , rádios e Internet.

- **Pesquisa** - Obter dados sobre renda, necessidades e hábitos dos consumidores. Avaliar o impacto das campanhas publicitárias sobre o público.

- **Produção** - Fazer jingles, documentários e anúncios em rádios, TVs, jornais, revistas e websites.

- **Promoção de vendas** - Elaborar estratégias de vendas. Desenvolver campanhas promocionais de produtos em restaurantes, supermercados e outros pontos de venda.

## **COMO ESTÁ O MERCADO:**

As oportunidades vão além dos grandes centros. Encontram-se também nas regiões de agroindústrias, onde o especialista em promoção de vendas é bastante solicitado. As agências de publicidade buscam com mais frequência quem atua nas áreas de atendimento, planejamento e mídia.

As empresas de comunicação também abrem vagas para o especialista em atendimento e mídia. Um novo espaço se abre com a Internet, mas esse é ainda um campo que poucos dominam.