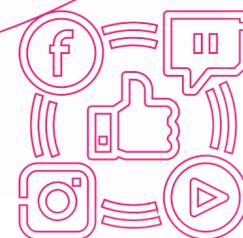
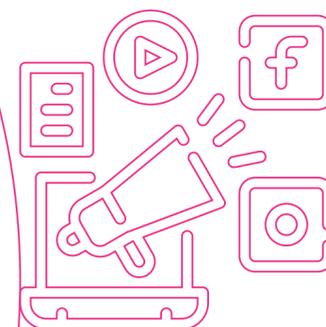


Memórias, campanhas e suas transversalidades

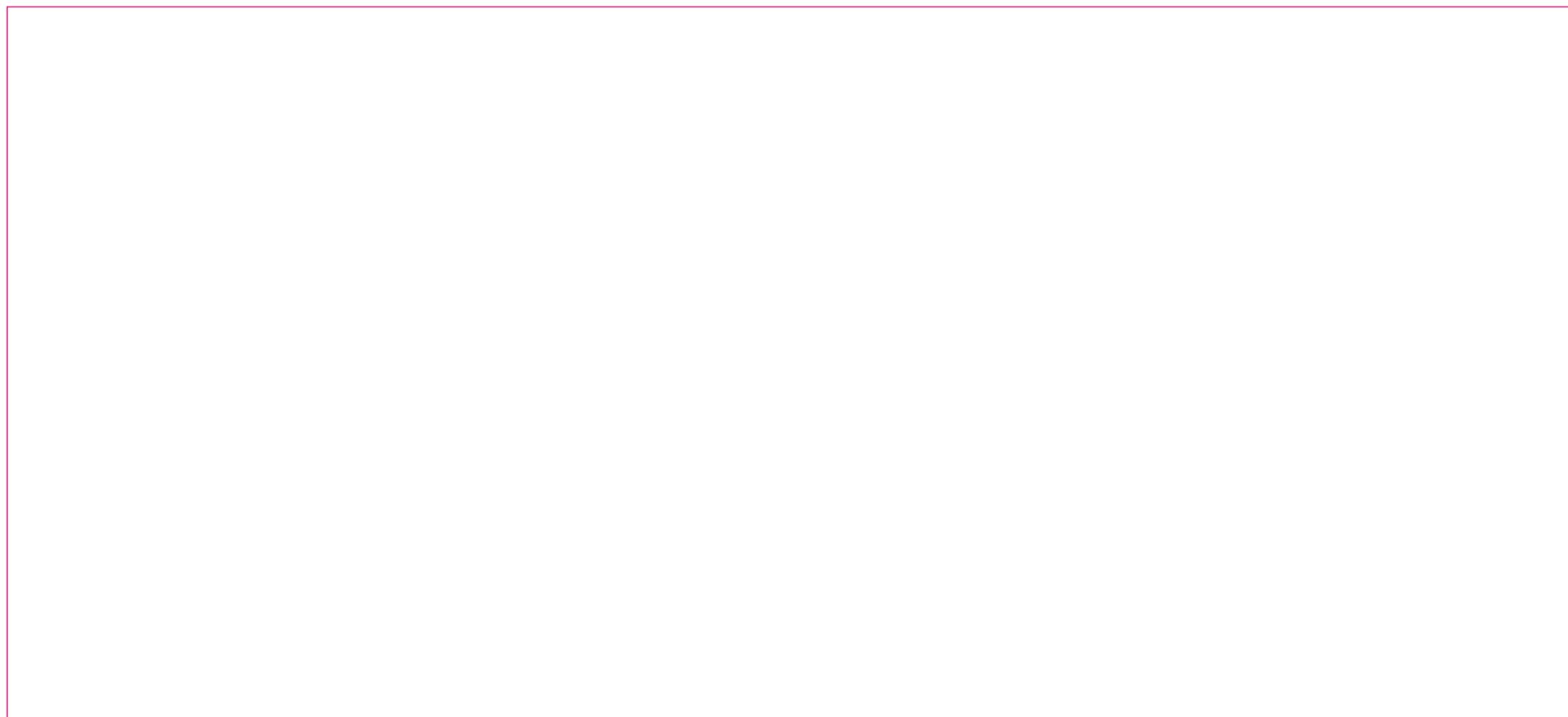
Carla Furtado

*Orientadoras:
Margarete Araújo e Patrícia Kayser*





Ficha catalográfica





Agradecimentos

Agradeço a todos que colaboraram para concepção desta cartilha virtual apresentada como produto final do Mestrado de Memória Sociais e Bens Culturais da Universidade La Salle. Agradeço em especial a Orientadora e Co-orientadora pelas ideias e contribuições, agradeço a presteza e atenção dos entrevistados representantes das universidades e também as instituições de ensino superior La Salle, PUCRS, Universidade de Évora e Universidade do Porto. Agradeço também as contribuições da Banca avaliadora e a dedicação do produtor publicitário para criação deste material. **O meu muito obrigado a todos.**

Sumário

- 1** *Objetivo geral e método*
- 2** *Breve descrição das universidades*
- 3** *Breve descrição da amostra pesquisada*
- 4** *Categorias de Análise*
- 5** *Peças publicitárias e sua análise*
- 6** *Considerações finais*

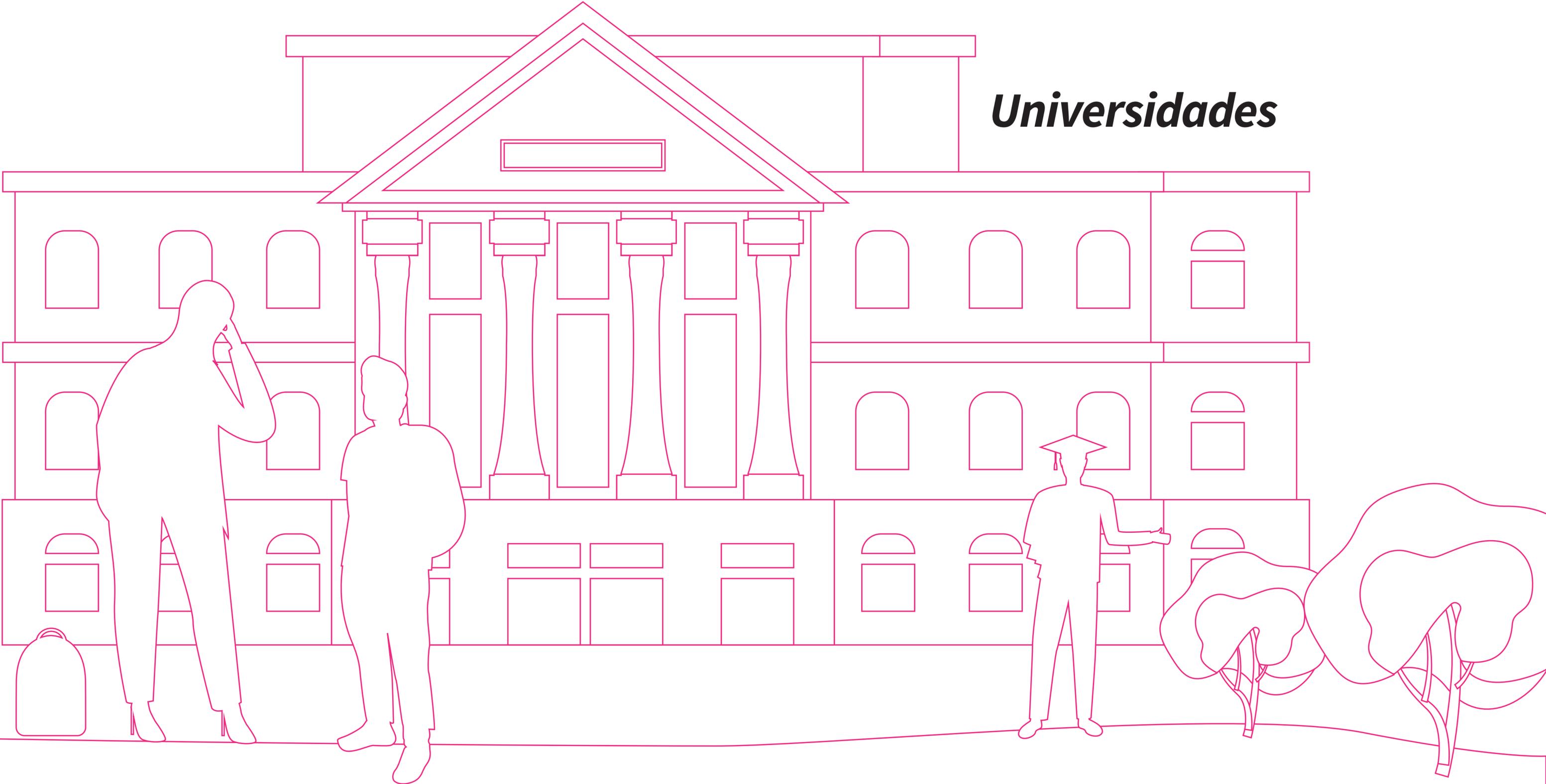


Objetivo geral e método



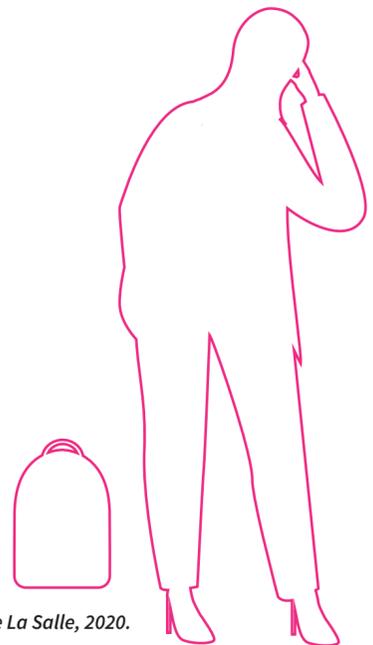
Este produto de pesquisa tem como objetivo geral dar visibilidade à pesquisa efetuada em uma amostra de universidades do Brasil e de Portugal e utilizou o método descritivo e qualitativo com narrativas de memórias dos entrevistados através de uma análise do material documental que possivelmente movimentará a indústria criativa nessas regiões.

Universidades



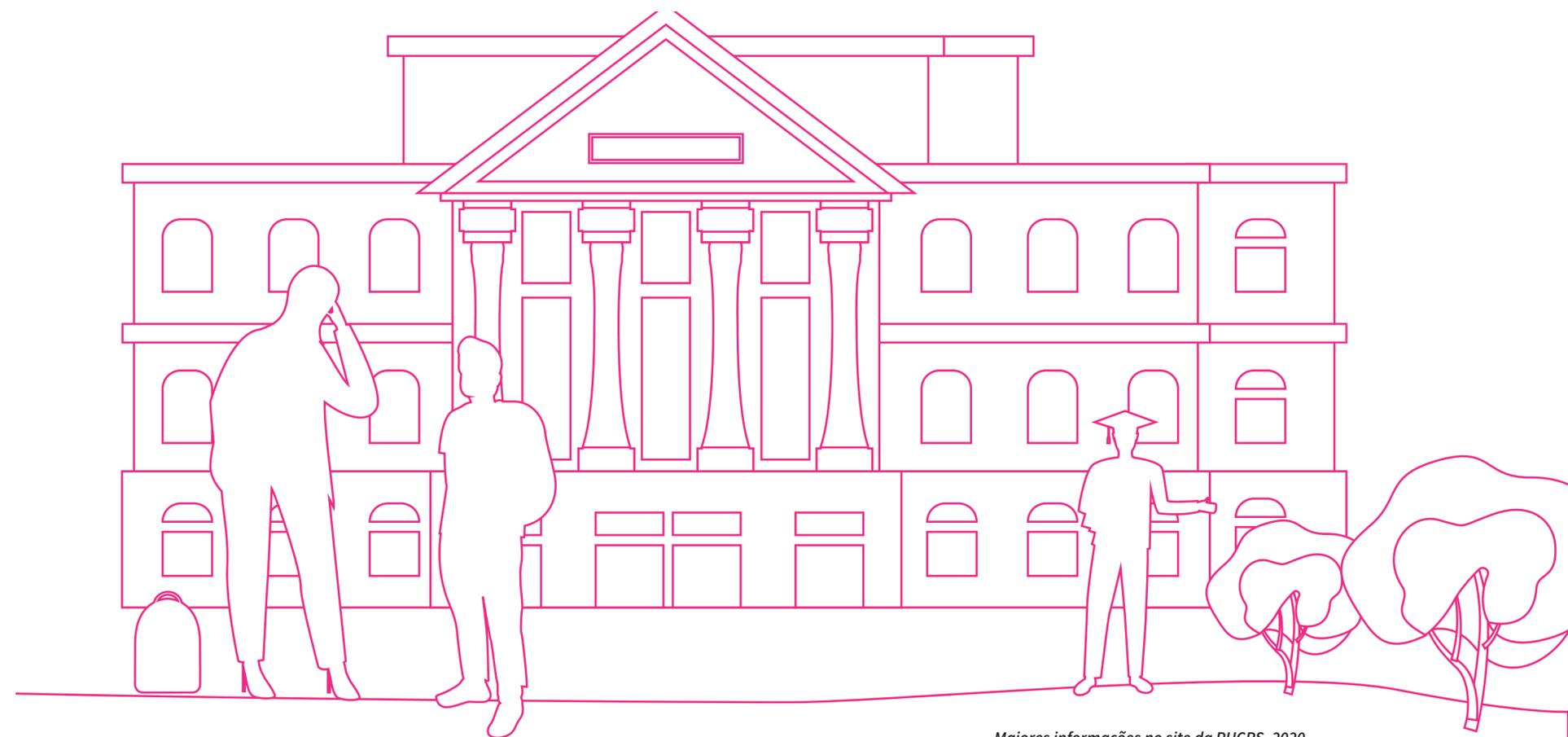


A Universidade La Salle é uma instituição de ensino superior tradicional de Canoas, localizada na região Sul do Brasil, foi idealizada como universidade em 1972 e ao longo de sua história inspirada pelos valores cristãos, teve por objetivo educar e formar pessoas qualificadas, que munidas de valores contribuam para a promoção de uma sociedade mais igualitária, fraterna e participativa. O sacerdote francês chamado São João Batista de La Salle, foi quem originou a proposta educativa da instituição, que no início da sua carreira na Rede lassalista dedicou-se à criação de escolas para crianças das classes econômicas menos favorecidas. Atualmente a Rede lassalista oferece para o público da região metropolitana de Porto Alegre educação em vários níveis e cursos de graduação, pós-graduação e extensão. Tem como missão promover a formação integral e continuada, por meio do ensino da pesquisa e da extensão de excelência, para o desenvolvimento sustentável da sociedade fundamentado nos princípios e na tradição cristão-lassalista.



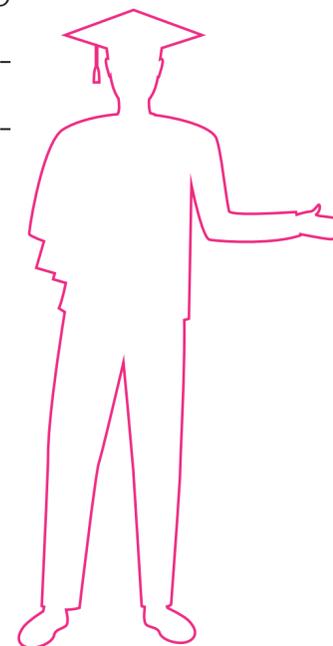


A Universidade PUCRS - Pontifícia Católica do Rio Grande do Sul é considerada uma das mais tradicionais instituições de ensino superior do Brasil, foi decretada como universidade em 1948, tem caráter confessional católico, tendo como Chanceler o Arcebispo de Porto Alegre. Sua missão é produzir e difundir conhecimento e promover a formação humana e profissional, orientada pela qualidade e pela relevância, visando o desenvolvimento de uma sociedade justa e fraterna.





A Universidade de Évora foi a segunda universidade a ser fundada em Portugal, após a Universidade de Coimbra, em 1537. Sua criação foi baseada na necessidade de uma universidade que servisse o sul do país, sendo a cidade de Évora, metrópole eclesiástica e residência temporária da Corte a mais indicada. Com a anuência do Papa Paulo IV, expressa na bula Cum a nobis de abril de 1559 ela foi criada como a nova Universidade, com direito a lecionar todas as matérias, exceto a Medicina, o Direito Civil e a parte contenciosa do Direito Canónico. Inserida no quadro tradicional contrarreformista das instituições católicas europeias de ensino superior, controladas pelos jesuítas. Tem por missão: a produção de conhecimento através da investigação científica e artística, a experimentação e o desenvolvimento tecnológico e humanístico; a socialização do conhecimento à população estudantil e à população laboral; a qualificação acadêmica, através de cursos de licenciatura, mestrado e doutoramento, e, de cursos de formação ad hoc além da formação informal ao longo da vida; a transmissão do conhecimento à comunidade com vista à inovação e à competitividade empresarial, bem como, à modernização dos serviços públicos e ao desenvolvimento social e cultural da comunidade no seu todo.





A Universidade do Porto é empenhada em traduzir a inovação para sociedade em 14 faculdades, sendo elas uma Business School e 50 centros de investigação. Com uma veia empresarial como seus vértices estratégicos, a U.Porto é também um importante motor de desenvolvimento econômico, social, cultural, e científico no Norte de Portugal e no país em geral. Tem como missão a formação no sentido global - cultural, científica, técnica, artística, cívica e ética.

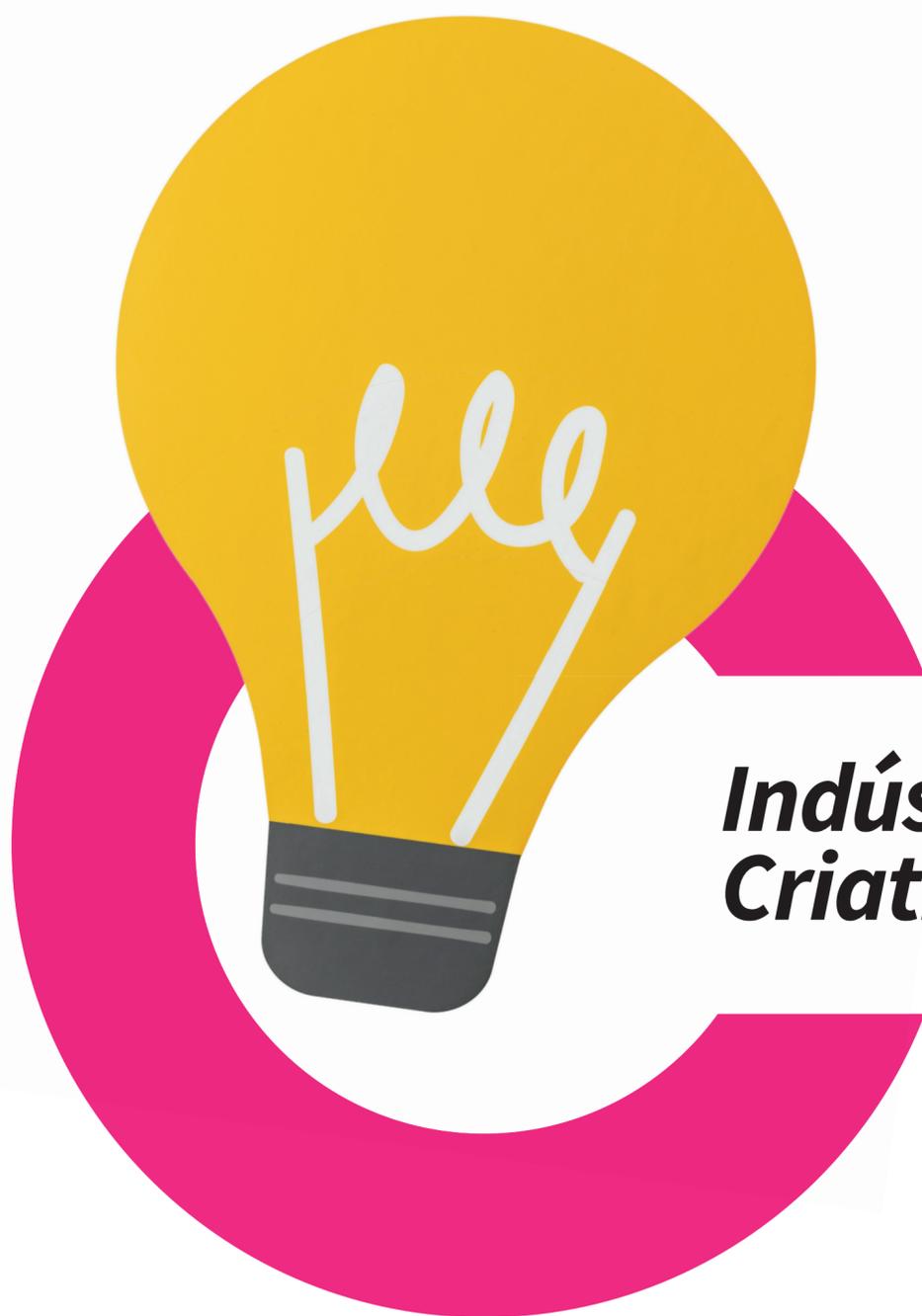




Corpus de análise

País	Universidade	Cargo / função
Brasil	Universidade La Salle	<i>Diretor de Marketing e Relacionamento</i>
	PUCRS	<i>Gestora de Marketing da ASCOM Docente FAMECOS</i>
Portugal	Universidade de Évora	<i>Diretor do Núcleo de Ciência e Tecnologia</i>
	Universidade do Porto	<i>Docente e Membro executivo do Departamento de Ciências da Comunicação e da Informação</i>

Fonte: elaborado pela autora (2020).



Indústria Criativa

Eu entendo que a economia criativa é uma das grandes vertentes dos últimos tempos, e que se deu um valor, [...]. Um valor efetivo, nesses processos todos e, a universidade de alguma forma se apropriou dessa economia como um todo.

(Entrevistado da Universidade La Salle , 2019)

Nós temos 3 estúdios, acho que é o mais moderno do estado e um dos mais modernos do país, tem tudo, tem empresas, tem estudo, tem professores, tem técnicos, tem alunos circulando então é literalmente um “ecossistema”.

(Entrevistada da PUCRS , 2020)

Aqui nos trabalhamos muito com a Câmara Municipal, a Prefeitura, montamos recentemente um o núcleo da aeronáutica com a Embraer, temos uma política entre a Câmara, a Universidade de Évora e a Embraer que envolve a indústria criativa.

(Entrevistado da UÉ , 2020)

A universidade tem uma perspectiva muito pró ativa, entre 2005 e 2007, teve a criação do 'UPTEC', que é a parte de ciência e tecnologia da Universidade do Porto e, dentro desse parque criou uma unidade que é o 'PINC' uma unidade relacionada exatamente a indústria criativa e vocacionada para promoção e incubação de start up que é uma unidade incubação, promoção e divulgação de indústrias criativas.

(Entrevistada da UPorto , 2020)



Quando iniciei na área de marketing eu ainda peguei aquele momento de fazer um filme publicitário de 30” ou 60”; era uma grande fortuna, porque as grandes produtoras operavam com os filmes. Até chegarmos aos dias atuais, de que uma câmera muito boa e muito potente pode ser dispensada e podermos fazer um bom produto com um celular na mão. [...] passamos por um momento em que a tecnologia avançou bastante e dá acessibilidade a mais pessoas poderem operar com qualidade.

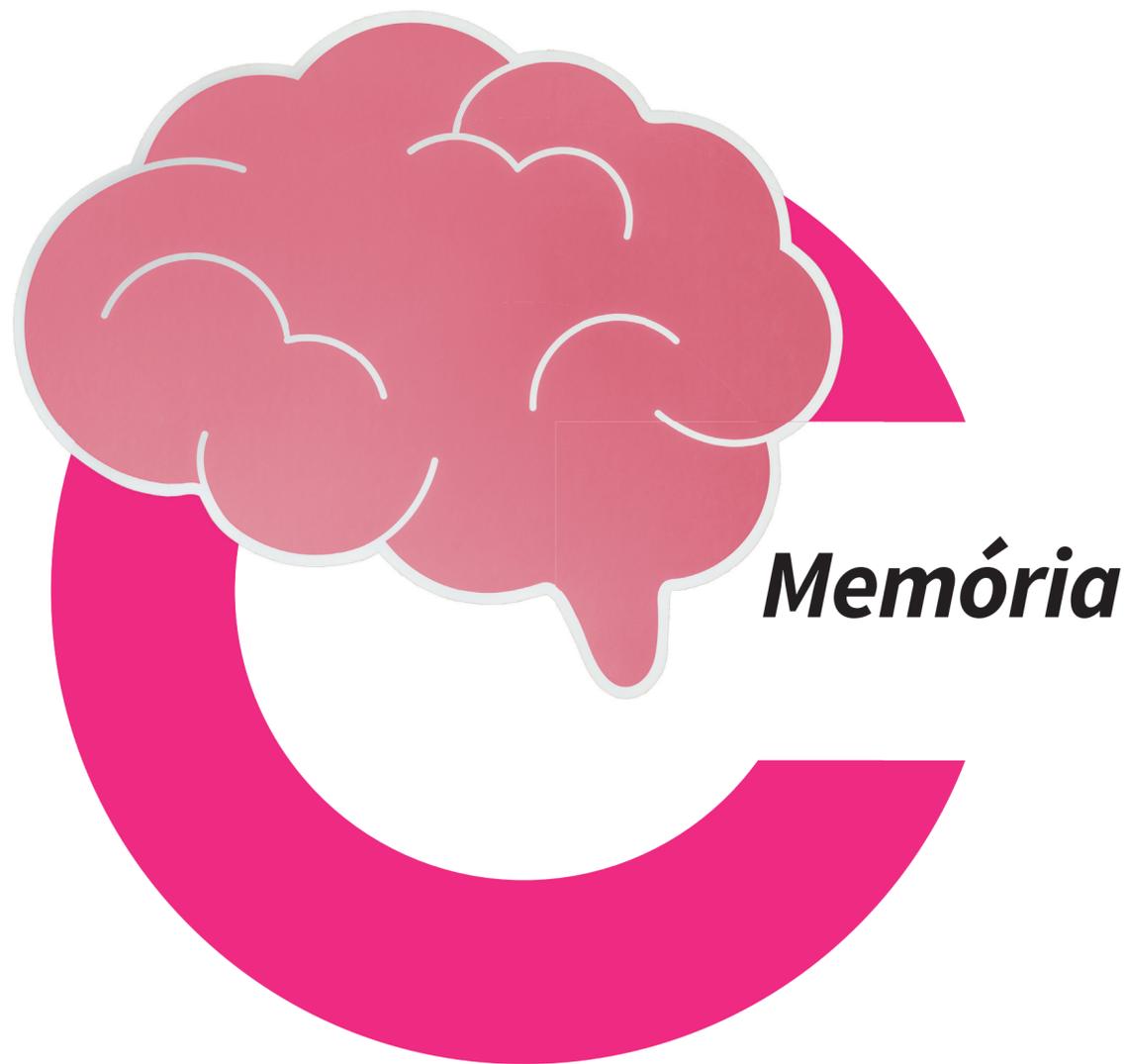
(Entrevistado da Universidade La Salle , 2019)

Nós não temos que fazer como os outros, nós temos que fazer o melhor possível, porque nós [...] uma instituição pública não tem que fazer lucros, não somos uma empresa, que tem que fazer lucros todos os anos e que lançam o produto. São os alunos que saem todos os anos, a educação é o produto final. Estamos a preparar uma nova página com trabalhos, entrevistas, comentários, filmes, vai ser mais dinâmica.

(Entrevistado da UÉ , 2020)

Foi essencialmente a criação da marca ‘O Porto’ e o seu licenciamento. Foi essa a afirmação e esta ligada ao desenvolvimento estratégico do sistema da informação da própria universidade como um todo, o sistema de informação SIGARRA e o grande investimento que se verificou a partir de 1998 e 2004 no sistema de informação da universidade.

(Entrevistada da UPorto, 2020)



*Então trabalhamos com a comunicação institucional, que traz as narrativas institucionais da casa e se relaciona com todos os artefatos de memória da instituição, que podem contribuir para esse processo de atualização da história e construção efetivamente da memória institucional, temos um trabalho de manter essa memória viva com atualizações da narrativa, criando e valorizando os ritos, que fazem parte dessa cultura institucional e muitas vezes trazendo a tona esses elementos memoriais ou metamemoriais que existem dentro da casa e tão pouco esta é a trajetória e trabalho com qual a gente convive. **(Entrevistado da Universidade La Salle, 2019)***

*Em relação à memória, a PUCRS possui esforços estruturados de registro e conservação da memória, mas também está ciente de que precisa aprimorar seus processos nesse sentido. **(Entrevistada da ASCOM/PUCRS, 2020)***

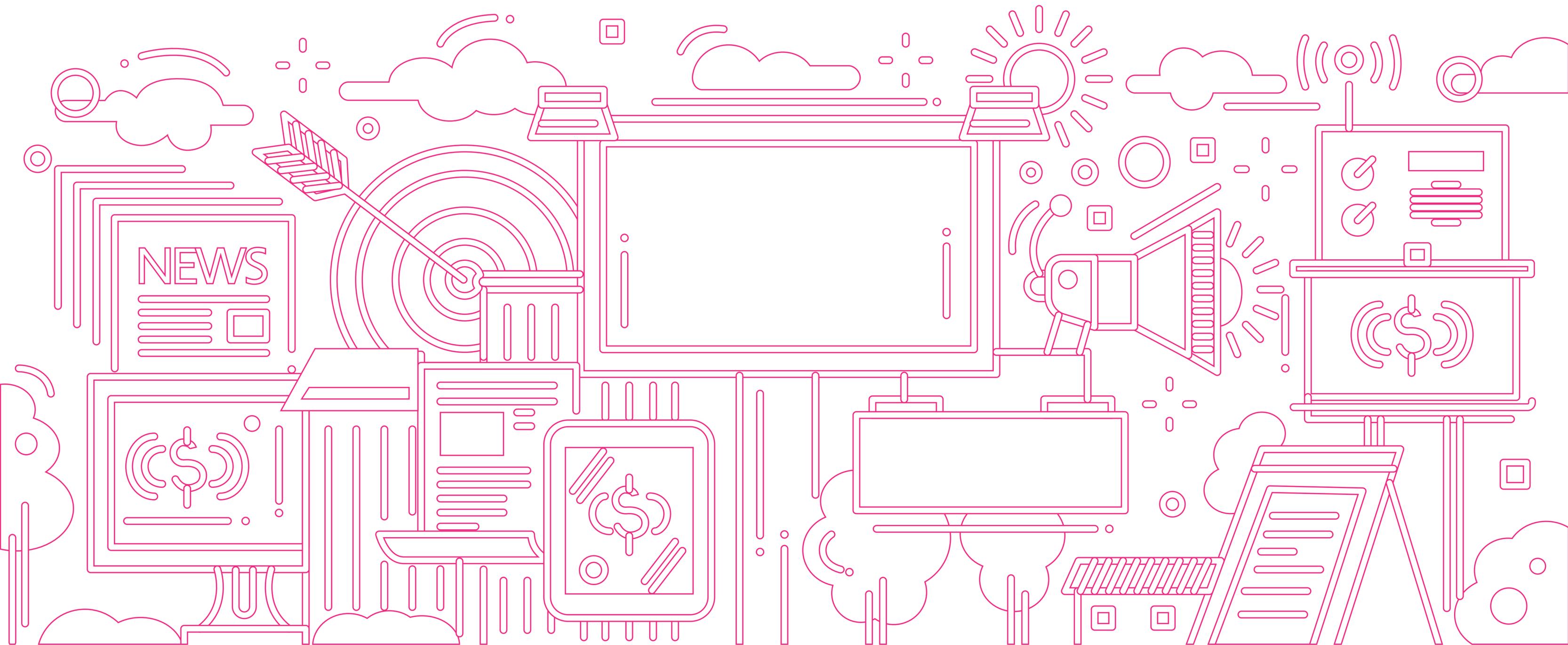
Em 2009, foi completamente reestruturada, mas enfim a universidade cresceu, continua a crescer, estamos a quase todos os anos a criar cursos e a criar laboratórios, todas baseadas no patrimônio, ou seja é uma área principal da investigação, o patrimônio cultural, material ou imaterial, todo o patrimônio do Alentejo de Portugal.

(Entrevistado da UÉ, 2020)

Há um conjunto de vicissitudes que significa que é riquíssima em sua história, que reflete também na memória em 3 grandes eixos que seriam: as suas pessoas, as suas materialidades e todo processo de construção da ciência que nela se tem desenvolvido e que é muito forte.

(Entrevistada da UPorto, 2020)

Peças publicitárias e suas análises



Objeto

Campanha
de comunicação
Universidade
La Salle
“Viver é evoluir”

Signo



Plano significante

Som ambiente ao fundo

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
Martin Luther King	numa sala com materiais coloridos, com alunos e seus notebooks	uma aluna fala: Eu tenho um sonho
	no ginásio de esportes com dois alunos	que repetem a fala: eu tenho um sonho
John Lennon	alunos na sala do laboratório	uma aluna que fala: imagine todos vivendo para o hoje
Barack Obama	alunos na biblioteca	um aluno fala: escolhendo a esperança ao invés do medo
Jose Saramago	alunos numa sala de estudos ampla	uma aluna e um aluno, a aluna fala: não tenha pressa mas não perca tempo
São João Batista de La Salle	alunos numa sala de estudos ampla	aluno fala: ensine a bem viver

Plano significante

Som ambiente ao fundo

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
Madre Tereza de Calcutá	professor em sala de aula escrevendo no quadro	não se preocupe com números, ajude uma pessoa de cada vez
Mahatma Gandhi	alunos na piscina de nataçã	a aluna fala: então aprenda como se fosse viver para sempre
Albert Einsten	aluno dentro da piscina	porque vencer é nunca desistir
Steve Jobs	alunos na sala de business	aluno fala: você já esta nu, então não há razão para não seguir o coração
Malala Yousafzau	alunos na sala de reuniões	a aluna fala: já demos passos na direção certa, é hora de dar um salto
John lennon	aluno entrando na universidade	você pode dizer que eu sou um sonhador
John lennon	aluna de toga no pátio da universidade	mas eu não sou a única
Assinatura da campanha	Plano aberto num grupo de alunos de toga festejando a formatura.	o mundo precisa de pessoas que acreditem em pessoas.

Plano significado

Valor conotado (interpretação)

A campanha se passa na universidade e o enfoque é nos sonhos dos alunos, utiliza mensagens de principais pensadores da contemporaneidade, utiliza uma música ambiental animada, com o tom entusiasta, com falas rápidas, ambientes alegres e coloridos, transmite a mensagem que devemos saber viver, ou bem viver, viver um dia de cada vez e em busca da realização dos sonhos. O cuidado maior é com pessoas, pessoas que precisam de pessoas no caminho da evolução da vida.

Objeto

Campanha
de comunicação
PUC 360°
“Universidade em
transformação”

Signo



Som ambiente ao fundo

Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
	<i>professora ensinando para uma classe classe de alunos em fileira</i>	<i>O que torna uma universidade diferente?</i>
	<i>uma aluna caminhando na biblioteca</i>	
	<i>retorna para 1º cena</i>	<i>O que a faz completa, global?</i>
	<i>uma sala de aula com a professora ensinando em um projetor e alunos assistindo</i>	
	<i>um pesquisador com luvas com uma folha com graficos, números e texto na mão</i>	<i>Depois de 70 anos como continuar inovando?</i>
	<i>alunos apresentando tema no quadro</i>	<i>propondo informações que impactam a vida das pessoas</i>

Assinatura da campanha ao final do vídeo

Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
	<i>alunos sentados no chão em roda em uma sala</i>	<i>Como ampliar a formação de seres humanos com excelência?</i>
	<i>alunos estudando com cadernos no pátio da universidade e com sol e com logotipo PUCRS</i>	
	<i>tela de um computador de pesquisa</i>	<i>preparados para impulsionar o desenvolvimento da sociedade</i>
	<i>aluno escrevendo e desenhando na parede de uma sala vazia com parede branca</i>	
	<i>uma aluna correndo em uma quadra de jogos aberta e a noite</i>	<i>para todas essas perguntas, seguimos em busca de respostas</i>
	<i>pessoas dentro da piscina de natação praticando possivelmente fisioterapia</i>	
	<i>um pesquisador de luva e óculos</i>	<i>mas ousamos em nos aventurar;</i>
	<i>uma mulher entrando num aparelho de ressonância magnética</i>	<i>e colocar em pratica mudanças que conduzem a esse caminho;</i>

Assinatura da campanha ao final do vídeo

Som ambiente ao fundo

Som ambiente ao fundo

Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
	<i>pesquisador vendo o resultado do exame no monitor</i>	
	<i>mulher segurando um bebe no colo</i>	<i>o caminho da transformação;</i>
	<i>de um pessoa desenhando um gráfico em forma crescente</i>	<i>inventar um modelo de ensino e pensar e reinventar a sala de aula;</i>
Assinatura da campanha ao final do vídeo	<i>3 alunos sentados em pufs em uma sala</i>	
	<i>2 alunos com not books no colo em área iluminada</i>	<i>em que todo o ambiente é de aprendizagem;</i>
	<i>de várias pessoas em uma sala com jalecos tocas e luvas</i>	<i>e ele também ensina;</i>

Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
	<i>passa um carro diferente com numero 80 em movimento em uma garagem</i>	<i>estamos dispostos a formar mais que profissionais;</i>
	<i>Jovens de diferentes estereótipos em diversas cenas</i>	<i>Protagonistas, pensadores?</i>
	<i>placas de esquina sinalizando diversas ruas</i>	<i>Empreendedores, cidadãos?</i>
Assinatura da campanha ao final do vídeo	<i>imagem do patio da universidade com logotipo PUCRS ao fundo</i>	
	<i>novamente a mulher com filho no colo</i>	<i>Para um mundo melhor?</i>
	<i>um aluno na biblioteca</i>	<i>Vamos educar a pior pesquisa?</i>
	<i>de uma pesquisadora em um laboratório</i>	<i>Vamos nos preparar para perguntas que ainda não foram feitas?</i>
	<i>Jovens de diferentes estereótipos em cenas diferentes</i>	<i>Para profissões e cursos que ainda não foram inventados?</i>
	<i>uma aluna caminhando no pátio com o logotipo PUCRS no fundo</i>	
	<i>com plano aberto mostrando vários alunos caminhando em diferentes direções no pátio da instituição</i>	<i>esse é o tamanho da nossa transformação.</i>

Som ambiente ao fundo

Plano significado

Valor conotado (interpretação)

A campanha comporta uma diversidade de cenas, que transmitem claramente que a universidade apesar dos seus 70 anos esta se reformulando, que vive em constante transformação, que se preocupa com o desenvolvimento da sociedade. Durante a gravação são feitas perguntas sobre essa transformação, sobre a conduta e postura que esse novo formato de universidade deve ter, afirmando que estão em constante mudança. Transmite a importância em aprimorar a educação, reiventando o modelo de ensino e afirmando que qualquer momento é de aprendizagem. A proposta é formar mais que profissionais, formar cidadãos melhores. A universidade esta em preparação também para perguntas futuras e conseqüentemente para profissões que ainda não existem.

Objeto

Campanha
de comunicação
Universidade de
Évora
“Esta é a
experiencia UÉ”

Vídeo promocional
2019

Signo



Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
No final do vídeo assinatura com o logotipo da Universidade de Évora e a divulgação de ícones das redes sociais.	<i>sala ampla com maquetes e alunos e professores</i>	Som eletrônico ambiental
	<i>uma aluna caminhando na cidade de Évora próximo ao templo romano com pessoas fotografando ao fundo</i>	
	<i>2 alunas dialogando em pé com notebook mãos de pé</i>	
	<i>as 2 alunas com notebook em uma mesa na sala</i>	
	<i>elas saindo caminhando e conversando do elevador da universidade</i>	
	<i>entram em uma biblioteca com quadro de arte ao fundo;</i>	

Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
No final do vídeo assinatura com o logotipo da Universidade de Évora e a divulgação de ícones das redes sociais.	<i>encontram e conversam com outro aluno com livro em mãos e saem os tres conversando</i>	Som eletrônico ambiental
	<i>imagem da praia e mar e pessoas jogando a beira mar</i>	
	<i>uma mulher navegando em um navio com camiseta da Universidade de Évora e após conversando com uma pesquisadora</i>	
	<i>uma coletagem para pesquisa e um pesquisador com jaleco e luvas brancos e tubos de ensaio</i>	
	<i>um professor de branco ensinando em um quadro</i>	
	<i>imagem geral captada de um drone, com sistema de captação de luz natural</i>	
	<i>as duas alunas e um aluno em uma mesa com livros e cadernos estudando</i>	
	<i>fotografa tirando fotos dos alunos com banners ao fundo</i>	

Plano significante

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
No final do vídeo assinatura com o logotipo da Universidade de Évora e a divulgação de ícones das redes sociais.	<i>um palco com apresentação de musicos (show)</i>	Som eletrônico ambiental
	<i>o momento da foto novamente com alunas sorrindo e mandando beijos para camera</i>	
	<i>momento do show novamente com jovens dançando e se divertindo</i>	
	<i>um sala de jovens se apresentando ao palco com duas pianistas tocando ao fundo</i>	
	<i>neste mesmo palco outra jovem cantando e se apresentando</i>	
	<i>as 2 alunas e o aluno colocam capacetes e saem para andar de bicicleta juntos</i>	
	<i>alunos andam de bicicleta e passam por uma praça com bancos e arvores e chegam ao centro da cidade e registram uma foto juntos.</i>	

Plano significado

Valor conotado (interpretação)

A Campanha se passa na região de Évora apresenta com ênfase os monumentos históricos, como por exemplo o templo romano de Évora, não tem fala somente uma musica ambiental de fundo, também não tem legendas, é uma campanha simples mas que carrega o empoderamento cultural regional. Tem enfoque em artes e cultura, apresenta imagens de jovens, praias, ambientes de lazer, pesquisas científicas ao mar, sistema de captação de luz solar, shows animados, apresentações teatrais e instrumentos musicais. A partir de cenas gravadas em ambientes ao ar livre simbolizam a amizade entre os alunos e a descontração, transmite a riqueza de imagens que representa a experiência que é viver em Évora.

Objeto

Campanha
de comunicação
Universidade
do Porto-Uporto

Signo



Plano significativo

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
	uma mulher abrindo a janela	
	cidade do Porto	a Universidade do porto fica no topo
University of Porto	universidade do Porto	
	alunos conversando no pátio	1% das universidades do mundo reconhecidas internacionalmente pela profundidade de seu ensino e pesquisa como uma universidade abrangente
	alunos na sala de aula	
14 faculties	alunos na biblioteca	
1 business school	alunos entrando na universidade pela por giratória de vidro	oferecemos cursos em todas as áreas de estudo e em todos os níveis de ensino superior, desde programas de graduação e pós-graduação razões mais do que suficientes para o ser universidade preferida em Portugal por estudantes nacionais e internacionais;
300 course	alunos na sala estudando	
600 international students, a	alunos no intervalo subindo as escadas	

Plano significativo

Mensagem verbal (texto) - legenda	Mensagem icônica (imagem) - cenas	Mensagem não-verbal (som) - áudio
100 nationalities,	diversos alunos com bandeiras de diversos países	
	de olhares de dois pesquisadores	comunidade de mais de 30.000 que escolhem a Universidade do Porto para desenvolver sua carreira ou um projeto de pesquisa que nos destacamos como o maior produtor de ciência em Portugal, autor de 25% de toda a produção científica artigos publicados todos os anos em nossas unidades de pesquisa, você pode encontrar alguma das centros de P&D europeus mais produtivos e renomados, consequentemente a Universidade do Porto é um impulsionador da inovação, ajudando estudantes e investigadores a transformar ideias em novos serviços de produtos e empresas centenas de startups e milhares de novos empregos foram criados em nossas instalações, afirmando o Porto como um dos além disso, nas regiões mais inovadoras da Europa, tudo isso é feito em um dos regiões e cidades mais bonitas do mundo votadas como as melhores da europa destino, a cidade do Porto é em si uma atração que cresce com vida e cultura e nós da Universidade do Porto recebe-los-emos de braços abertos.
+ 4500 scientific papers	máquina de refrigeração de tubos	
49 research units	corredor fechado com 2 alunos caminhando	
550 start-ups and innovation projects	mãos de um pesquisador de luvas fazendo um experimento	
2.700 jobs created	máquina com gráficos e após telas de led	
	3 mulheres em uma sala de reuniões	
	sala com diversos alunos como se fosse uma feira	
	jardim em plano aberto subindo ao topo das árvores	
world heritage site	ponte do Porto e após de um metro na rua	
	biblioteca da cidade	
	peças ao sol, na grama e após uma espetáculo a noite na cidade	
your future starts here. Assinatura com Logotipo. Uporto.	ponte, barcos, rio e cidade do Porto	

Plano significado

Valor conotado (interpretação)

A campanha se passa na universidade, tem audio ambiental com o fundo motivador, traz legendas e audio em inglês e tem enfoque na sua variedade de cursos, transmite um formato de universidade inovador para alunos estrangeiros. Afirma que é uma das melhores instituições de ensino da europa, que recebe alunos de diversas nacionalidades. É um vídeo em formato profissional, rápido e de impacto. Apresenta como diferencial a pesquisa e projetos de inovação, como também imagens ressaltando o diferencial que é estar na cidade do Porto, mas deixam claro que o enfoque da universidade é a importância com o futuro, business e news jobs.

Considerações Finais



A análise das campanhas de comunicação institucional de cada universidade é referente ao segmento de serviço criativo e audiovisual que concebeu a criação dessa cartilha virtual como produto final a ser entregue juntamente com o relatório de pesquisa para aprovação do PPG Mestrado em memória social e bens culturais da Universidade La salle.

Ficou evidenciado que todas as universidades apresentaram fragmentos de memória institucional nas suas campanhas de comunicação e como também trabalham com indicadores qualitativos da indústria criativa para sua produção, sendo possível detectar nos valores institucionais os comentários que identificam a tradição e cultura regional, o desenvolvimento sócio cultural, a excelência em todos os níveis, a indissociabilidade do ensino, pesquisa e extensão, o futuro e o passado e entrelaçando para o planejamento de todos os envolvidos.

Foi possível concluir que a indissociabilidade está presente no ensino, pesquisa e extensão nas universidades, sendo um movimento inseparável do desenvolvimento cultural da sociedade, como também perceber a importância do desenvolvimento social vinculado às regiões e universidades.