

NOTÍCIAS

CONSCIENTIZAÇÃO

04/03/2011

Vida Urgente lança nova campanha desenvolvida por alunos da Famecos

da Redação



Peça publicitária desenvolvida por alunos da Famecos (imagem: divulgação)

A parceria entre a [Fundação Thiago de Moraes Gonzaga](#) e a Faculdade de Comunicação Social (Famecos) da PUCRS apresentou seu mais novo projeto: no dia 24 de fevereiro de 2010, o Vida Urgente lançou a campanha Moto Vida, que visa a conscientização de motoboys, empresas e usuários dos serviços de tele-entrega. O trabalho foi desenvolvido em sala de aula pelos alunos de Publicidade e Propaganda da Famecos, na disciplina de Projeto de Campanha Publicitária. A ONG selecionou, dentre aproximadamente 10 grupos, aquele que apresentou a campanha que melhor abordou o problema do grande número de acidentes fatais envolvendo

motocicletas.

Os alunos responsáveis pela campanha cederam os direitos autorais à Fundação, que por sua vez repassou ao Espaço Experiência, agência de comunicação da faculdade e parceira da ONG, para a finalização. "A campanha foca na conscientização não apenas do motoboy, mas também da pessoa que usa o serviço dele", explica a publicitária Nayane Schaun Brose, de 24 anos, integrante do grupo que desenvolveu a campanha e do Núcleo de Criação do Espaço Experiência na época de sua finalização. "Percebemos que a maioria das pessoas que pede tele-entrega só quer saber da pressa, não se importa com o que está por trás", explica a famequiana, formada em 2010. Ela fala do orgulho de ver sua campanha servindo a um propósito maior, o da conscientização: "É ótimo ver a que nossa idéia pode fazer a diferença na vida das pessoas", comemora.

"É importante para os estudantes trabalhar com uma dimensão diferente, como é a da propaganda institucional", comenta a coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda da Famecos, Cristiane Mafacioli, professora da cadeira na qual foi criada a campanha. "É muito mais complicado trabalhar idéias, conceitos, transformar hábitos, cultura e consciência, do que vender um produto", observa. A presidente da Fundação Thiago de Moraes Gonzaga, Diza Gonzaga, ressalta os benefícios de uma parceria com a faculdade: "Os estudantes tem idéias inovadoras, estão com todo o gás. Eles falam a linguagem da sociedade".

Os alunos que desenvolveram a campanha, durante a disciplina de Projeto de Campanha Publicitária são Nayane Schaun Brose, Caroline Crizel Marques, Nicele Costa, Marino Cardoso, Bárbara Pellin Moser, Fábio Born, Mariana Camillo, Ana Ferreira. Já pelo Espaço Experiência, a equipe que produziu e finalizou o material foi composta pelos alunos Débora Zanatta e Júlia Jardim Silveira de Carvalho do Núcleo de Atendimento, Nayane Schaun Brose, do Núcleo de Criação e Fernanda Rosa, Marcelo Pzolotto, Raíssa Ruschel, Gabrielle Guaragna e Isadora Kolecza pelo Núcleo de Fotografia Publicitária.

Quer saber mais sobre a campanha, então entra no site do [Vida Urgente](#) e compre essa ideia!

→ Veja as imagens do making off da campanha:

