



Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos – CESREI
Bacharelado em Comunicação Social
Habilitação em Publicidade e Propaganda

K2 PUBLICIDADE

Francisco de Assis Sarmiento Filho
Francisco de Assis Nascimento Sousa

A PUBLICIDADE A SERVIÇO DA TECNOLOGIA: UMA PROPOSTA DE CAMPANHA PARA O PaqTcPB

Projeto teórico-prático de campanha publicitária

659.1(043)
5246p

Campina Grande/PB
2010

Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos – CESREI
Bacharelado em Comunicação Social
Habilitação em Publicidade e Propaganda

K2 PUBLICIDADE

Francisco de Assis Sarmiento Filho
Francisco de Assis Nascimento Sousa

**A PUBLICIDADE A SERVIÇO DA TECNOLOGIA:
UMA PROPOSTA DE CAMPANHA PARA O PaqTcPB**

Projeto teórico-prático de campanha publicitária apresentado em cumprimento parcial às exigências da disciplina Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda II, ministrada pela Prof. Ms. Danielle Andrade Souza.

Campina Grande/PB

Faculdade Cesrei
 Biblioteca "Min. Demócrito Ramos Reinaldo"
 Reg. Bibliog.: _____ CIB: 4000028
 Compra: ☐ Permuta: _____
 Doação: ☒ Doador: _____
 Ex.: _____ Obs.: _____
 Data: 17/12/2010

Ficha Catalográfica Elaborada pela Biblioteca da CESREI

S46p

Sarmiento Filho, Francisco de Assis

A publicidade a serviço da tecnologia: uma proposta de campanha para o PaqTcPB / Francisco de Assis Sarmiento Filho; Francisco de Assis Nascimento Sousa. – Campina Grande: CESREI, 2010.
 44 f. : il. color.

Projeto (Trabalho de Conclusão de Curso-TCC) Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI.
 Orientadora: Profa. Ms. Danielle Andrade Souza.

1. Publicidade 2. Campanha Publicitária I. Título

CDU 659.1(043)

K2 PUBLICIDADE

Francisco de Assis Sarmiento Filho
Francisco de Assis Nascimento Sousa

A PUBLICIDADE A SERVIÇO DA TECNOLOGIA: UMA PROPOSTA DE CAMPANHA PARA O PaqTcPB

Projeto teórico-prático de campanha
Publicitária apresentado em cumprimento
parcial às exigências da disciplina Projeto
Experimental em Publicidade e Propaganda II,
ministrada pela Prof. Mst. Danielle Andrade.

Avaliado em ____ de junho de 2010.

Nota: _____

Comissão Examinadora

Profa. Ms Danielle Andrade Souza
Orientadora

Prof. Esp. Emerson José Pereira Saraiva
Avaliador

Prof. Ms. Verônica Almeida de Oliveira Lima
Avaliadora

Campina Grande/PB

Dedicatórias

O maior mérito vai para os meus pais Francisco Sarmiento e Elza Araujo por terem me dado ótimas condições de estudo, sempre acreditando e incentivando naquilo em que eu buscava e por me educarem de tal maneira ajudando a me transformar na pessoa que sou hoje.

Dedico também as minhas duas irmãs Pryscilla Sarmiento e Lillian Lissa que sempre estiveram do meu lado, demonstrando e sentindo todo amor e respeito que temos um pelo outro e a toda minha família, com destaque aos meus dois primos Aleksávio e Alekflávio, pelos vários momentos de felicidade que vivenciamos juntos.

A meus amigos Daniel, Pedro, Epaminondas, Débora, Gabi, Cássio, Marcio, João Neto, Nelma, Muribi, Danilo, Masao, Bruno e em especial a dois amigos que considero bastante e que sempre estão contribuindo para nossos momentos de alegria Gustavo Cruz e Polyana Lyra.

A minha orientadora Danielle Andrade, que teve bastante atenção, competência, sempre trazendo novidades e da melhor forma nos passando as diretrizes para o desenvolver de nosso trabalho, com toda certeza foi a pessoa mais importante na execução de nosso projeto.

A todos os professores da equipe CESREI, Carlos, Adriana, Sóstenes, Emerson, Verônica, Andréia, Helder, Helton, Mary Delane, Rosália, Urbano e todos os outros que desde o início se empenharam muito e com muita garra sempre estiveram dispostos a nos ensinar, acreditando em nossas idéias e potencialidades.

Ao pessoal da minha turma, Marivone, Mayara, Noemi, Hélio, Masao, Taisa, Gabi, Bruno, Carlinhos, Eduardo, Ivna, Poliana, Michel, Moisés e em especial ao meu amigo e parceiro de trabalho Francisco Sousa que sempre muito feliz e descontraído lutou comigo para que nosso trabalho fosse executado da melhor maneira possível, muito obrigado a todos pela ajuda e pela união que sempre tivemos dentro e fora de sala de aula, várias lembranças do nosso cotidiano ficarão guardadas por toda minha vida.

Um obrigado especial ao pessoal da administração da instituição CESREI, Cleumberto, Gilda, Rosângela, as meninas da secretaria, as meninas da biblioteca e a todo o pessoal que luta para nos dar a oportunidade de concluir o curso de publicidade sendo ele o único em nossa cidade.

A toda família do meu atual emprego no Hipercard, Nallyson, Valeska, Moacir, Amilcar, Rivaldo, Hermano, Josa e Tibério que tem me apoiado bastante nas horas em que precisei e me trouxeram vários momentos de experiência humana e de mercado de trabalho.

Por fim a todas as pessoas não citadas que direto ou indiretamente me apoiaram e me ajudaram a chegar a ser a pessoa que sou hoje, sem a presença de vocês tudo seria diferente. Muito Obrigado a todos, esse trabalho é fruto de nossa história.

Francisco de Assis Sarmiento Filho

Não é fácil construir uma dedicatória ao final de uma luta vitoriosa porque geralmente cometemos o pecado do esquecimento. Sempre deixamos de lado alguém que de alguma forma contribuiu para o crescimento e a vitória final. Mesmo assim gostaria de assumir mais este risco.

Dedico então este trabalho primeiramente a Deus, por seu imenso amor por mim e por ter me dado sabedoria. Aos meus pais Carlos A. Alves de Souza e M^a de Fátima N. Sousa que sempre me incentivou e me encorajou nessa caminhada. A minha irmã Flavinha que sempre me ajudou nos trabalhos, nas edições. Reservo um agradecimento todo especial a minha esposa Edvânia da S. Coêlho Sousa pela tolerância com que encarou as minhas ausências, pela dedicação e espírito de sacrifício consentidos durante a minha formação. Aos meus filhos Filipe e Lucas, pois eles foram quem me impulsionaram a ter coragem e ir até o fim! A nossa orientadora Daniele Andrade, os maiores e mais sinceros agradecimentos. Foi bebendo da sabedoria e da compreensão dela que encontramos o caminho e a confiança para seguir em frente.

Aos professores da Cesrei, Mary Delane, Adriana Rodrigues, Carlos Cunha, Andréia Silveira, Rosália, Emerson Saraiva, Sóstenes, Verônica Almeida, Urbano Vilar, Rosildo Brito, Albaneide Cavalcante, Glaucê Jácome, Goretti Sampaio, Helton Costa, Anchieta Araújo, Júlia Tavares e Ribamildo e tantos outros agradeço pelo carinho, dedicação e entusiasmo demonstrado ao longo do curso.

Aos colegas de classe: Noemi, Marcos, Mariana, Ivna, Poliana, Taísa, Carlinhos, Masao, Galdino, Gabi, Eduardo, Marivone, Elizângela, Michael, Hélio, Bruno Pagodeiro, Bruno Presunto, Mayara, Gustavo, e em especial minha amiga e irmã Jane Bezerra que sempre estava apoiando nos momentos mais difíceis.

Ao meu amigo companheiro e parceiro desse trabalho Francisco Sarmiento que sempre me recebeu na sua casa tão bem e sua família, sem você nada disso seria possível!

A todos os funcionários da CESREI, Cleumberto, Gilda, Rosângela e as meninas da secretária, biblioteca. Foi muito bom Conviver com todos vocês durante esses 4anos.

Muito obrigado a todos!!!

Francisco de Assis Nascimento Sousa

Agradecimentos Gerais

Agradecemos a todos aqueles que diretamente contribuíram para a realização de nosso trabalho. Se não fosse por esse apoio nosso projeto não teria se concretizado. Muito obrigado.

- Fundação Parque Tecnológico da Paraíba
- Zarak Barreto
- Noemi Guimarães
- Gustavo Cruz
- Polyana Lira
- Flavia Sousa (Xapéu Vídeo)
- Verônica Almeida
- Emerson Saraiva
- Insiel Segurança Eletrônica (na pessoa de Ruan Pinheiro)
- Maurício Araújo
- Elza Wanderley

Resumo

Para desenvolver o nosso projeto de campanha, nossa agência K2 Publicidade levantou os dados necessários para a elaboração da campanha e em cima de tudo que foi coletado e observado pela equipe o objetivo central foi desenvolver uma campanha publicitária que divulgasse toda a trajetória do Parque Tecnológico da Paraíba, que com mais de 25 anos de existência vem proporcionando um trabalho estritamente necessário para o empreendedorismo local, nacional e internacional, incentivando microempresas que tem como base processos de inovação tecnológica a aderirem aos programas oferecidos pela instituição garantindo a elas uma melhoria no desenvolvimento socioeconômico e na qualidade de vida das pessoas da região. O desenvolvimento da campanha consiste na celebração dos 25 anos de existência da fundação. Com o intuito de confraternizar e de influenciar cada vez mais os microempresários a fazerem parte dos programas oferecidos pela instituição a partir do surgimento de suas empresas, até o ponto em que elas caminhem sem a necessidade de serem orientadas pela Fundação.

Palavras chave: campanha publicitária, Fundação Parque Tecnológico da Paraíba, aniversário 25 anos.

Abstract

In order to put the project for our advertising campaign in action, our KII Advertising Agency collected the data necessary for planning the advertising campaign, taking into account all that was collected and observed by the team. The main objective was to plan an advertising campaign tracing the trajectory of the Technological Park of Paraíba, which has, in its more than 25 years of existence, done work which is absolutely necessary for local, national and international entrepreneurship. This work has provided incentives for small firms based on technological innovations which have adhered to programs offered by the above institution. The result has been a marked improvement in the socio-economic development and the quality of life of the local people. The advertising campaign commemorates the 25 years of existence of the Foundation. The intention is to communicate with and influence micro-entrepreneurs to join the programs offered by the institution from the moment their firms are founded, until the point when they no longer need the Institution's support.

Key Words: advertising campaign, Foundation Technological Park of the Paraíba, 25 Years anniversary.

Lista de Abreviaturas e Siglas

- **TV** - Televisão
- **JPB** - Jornal da Paraíba
- **RTVC** - Rádio, Televisão e Cinema
- **JN** - Jornal Nacional
- **Web** - Recurso ou serviço oferecido na *Internet* (rede mundial de computadores), e que consiste num sistema distribuído de acesso a informações, as quais são apresentadas na forma de hipertexto, com elos entre documentos e outros objetos (menus, índices), localizados em pontos diversos da rede.
- **UEPB** - Universidade Estadual da Paraíba
- **UFCG** - Universidade Federal de Campina Grande
- **PAQTCPB** – Parque Tecnológico da Paraíba
- **ITCG** - Incubadora Tecnológica de Campina Grande
- **CITTA** - Centro de Tecnologia e Inovação Telmo Araujo
- **TIC's** - Tecnologias da Informação e Comunicação
- **M & V** - Marketing e Vendas
- **VT** - Vídeo Tape
- **SEBRAE** - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Sumário

1. Introdução.....	12
2. A Tecnologia de Inovação em Campina Grande.....	13
3. Fundação Parque Tecnológico da Paraíba.....	14
3.1 Missão Visão e Valores da Organização.....	15
3.2 Principal serviço: a incubação de empresas (PaqTcPB).....	16
4. Planejamento de Propaganda.....	18
4.1 Atendimento.....	18
4.1.2 Briefing.....	19
4.2 Posicionamento.....	20
4.3 Criação e Redação.....	20
4.3.1 Conceito publicitário.....	21
4.3.2 A forma da comunicação.....	21
4.4 Criação Visual e Direção de Arte.....	22
4.5 Mídia.....	22
4.5.1 Objetivos de Mídia.....	23
4.5.2 Estratégias de Mídia.....	23
4.5.3 Justificativas de Mídia.....	23
4.5.4 Táticas de mídia.....	26
4.6. RTVC.....	26
4.6.1 TV.....	26
4.6.2 Produtora de Vídeo.....	29
4.6.3 Jornal Impresso.....	29
4.6.4 Rádio.....	30
4.6.5 Produtora de Áudio.....	31
5. Memorial Descritivo.....	31
6. Verba do cliente e orçamento da campanha.....	34
6.2 Orçamento da Campanha.....	34
7. Considerações Finais.....	37

1. Introdução

Para a construção do nosso trabalho de conclusão de curso, escolhemos a Fundação Parque Tecnológico da Paraíba por nos identificar com a forma de trabalho desenvolvida por ela, além do nosso conhecimento sobre a grande importância que ela proporciona para a sociedade melhorando as condições de trabalho da classe empreendedora.

Através de nossos estudos foi constatado que em pesquisas recentes realizadas pelo SEBRAE, o principal motivo para o encerramento das atividades das micro e pequenas empresas no Brasil é a falta de planejamento, tanto financeiro como estratégico, assim como a falta de conhecimento dos programas de apoio e incentivo às micro e pequenas empresas por parte dos empresários, também é um dos principais fatores que contribuem para que elas não se desenvolvam com total eficiência. As organizações muitas vezes não suportam as pressões normais do cotidiano e acabam encerrando suas atividades chegando à falência. São postos de serviços fechados, produtos ou serviços que deixam de ser oferecidos à sociedade, enfim um verdadeiro desperdício dos recursos que compõem as organizações.

Campina Grande, reconhecida mundialmente como pólo tecnológico, sente a necessidade de um guia para os micro e pequenos empreendedores que tem base processos de inovação tecnológica, não manterem dificuldades em seu desenvolvimento nos primeiros anos de existência. Diante dessa realidade, torna-se essencial um trabalho de divulgação e de conscientização para a classe empreendedora, alertando-os de que uma forte ferramenta para a melhoria da qualidade de seus produtos e serviços é o processo de apoio e incubação de empresas oferecido pela Fundação Parque Tecnológico da Paraíba. Garantindo através disso, uma melhoria na qualidade de vida das pessoas uma maior sustentabilidade por parte das micro e pequenas empresas, assim como um aumento na economia da região

Nosso projeto de campanha tem como foco principal evidenciar os 25 anos da Fundação Parque Tecnológico da Paraíba. Fazendo presente em todos os anúncios o orgulho da instituição em apoiar empresas que necessitem de um guia nos seus primeiros anos de existência, tornando-as preparadas para se desenvolverem sozinhas de forma mais eficiente e segura.

Como forma de atingir nosso objetivo principal, captamos informações sobre a Fundação através de um briefing em forma de entrevista que serviu de base para adquirir os conhecimentos necessários sobre a história da fundação e seus objetivos. Logo após,

estabelecemos o conceito principal da campanha, produzimos as peças suprimindo as necessidades da fundação e elaboramos de forma eficiente o planejamento de mídia da campanha, bem como um guia para a produção das mídias que serão utilizadas para atingir da melhor forma possível nosso público-alvo.

Através desse conhecimento, desenvolvemos uma campanha que visa levar aos microempresários a importância da fundação aliada a sua empresa desde o início de sua carreira, fazendo com que se desenvolva mais facilmente e se torne uma empresa eficiente e auto-sustentável.

2. A Tecnologia de Inovação em Campina Grande

Há muito tempo o município de Campina Grande apresenta forte participação na área tecnológica. Desde 1967 Campina Grande participa da área de *softwares* e nesse mesmo ano a cidade recebe o primeiro computador de toda a Região Nordeste do Brasil. A novidade ficou no Núcleo de Processamento de Dados da Universidade Federal da Paraíba, Campus II (atual Universidade Federal de Campina Grande). Hoje, quarenta e sete anos depois, Campina Grande é destaque na produção de aplicativos para computadores e de *hardware*:

A revista Americana da Newsweek escolheu, na edição de abril de 2001, nove cidades de destaque no mundo que representam um novo modelo de Centro Tecnológico. O Brasil está presente na lista com Campina Grande, que foi a única cidade escolhida da América Latina. Em 2003, mais uma menção foi feita à cidade: desta vez referenciada como o "Vale do Silício brasileiro", graças, além da *high tech*, às pesquisas envolvendo o algodão colorido ecologicamente correto. (http://wapedia.mobi/pt/Campina_Grande, acesso em 16/02/2010)

O Estado da Paraíba detém capacidade científica e tecnológica, através de centros de pesquisa em vários segmentos, destacando-se nas áreas de eletroeletrônica e informática. Envolvidos no esforço de internacionalização dos *softwares* paraibanos, também merecem destaque pelo apoio à consolidação do arranjo produtivo local.

A Fundação Parque Tecnológico da Paraíba é de extrema importância nesse contexto mercadológico, pois se encontra como grande incentivadora nas áreas de tecnologia e informação, produzindo e ampliando cada vez mais o mercado que atua nessa área. Dessa forma ela se destaca como grande parceira do desenvolvimento socioeconômico regional.

3. Fundação Parque Tecnológico da Paraíba



Fonte: <http://www.paqtc.org.br>

No bairro de Bodocongó, Zona Oeste de Campina Grande, encontra-se a Fundação Parque Tecnológico da Paraíba (PaqTcPB). Esse prédio está a 2 km da UEPB, a cinco da UFCG e a 7 km da Embrapa, sendo este localizado no bairro Centenário. Ainda nas adjacências da instituição, pode-se encontrar a Escola Técnica Redentorista uma fundação de apoio à pesquisa do estado, o Hospital Universitário e o Centro Nacional Tecnológico do Couro e Calçado.

Por meio de projetos empresariais que buscam tornar viáveis idéias inovadoras destinada a pequenas empresas, a fundação se preocupa com o desenvolvimento e crescimento empresarial. Anualmente, várias empresas vêm recebendo suporte técnico e gerencial de custo acessível que visam criar chances de desenvolvimento. Serviços como: orientação empresarial, elaboração de Plano de Negócios, informações tecnológicas e mercadológicas, registro e legalização de empresas e produtos, participação em eventos, treinamentos, cooperação com universidades e centros de pesquisa são exemplos de serviços diferenciados que a Fundação PaqTcPB disponibiliza para o empreendedor.

Desde 1984, ano em que o parque tecnológico foi fundado, ele deu origem a mais de oitenta empresas de tecnologia. Atualmente, o ultimo vínculo de grande importância firmado com o parque tec. foi o TecOut Center, datado 2004, que tem como função unificar as empresas de tecnologia brasileiras das chinesas, proporcionando uma interação tecnológica entre o Brasil e a China, gerando empregos e fortalecendo o desenvolvimento local.

3.1 Missão, visão, valores da organização

Uma instituição comprometida com o desenvolvimento local, onde ao longo dos anos tem sido uma espécie de pilar, para dar suporte a projetos e programas do setor de Ciência, Tecnologia e Informação. Grande parte da sua história de prestígio, reconhecimento e competência é fruto dos resultados alcançados na sua atuação e das parcerias firmadas com várias instituições.

A instituição foi criada com o objetivo de promover e incentivar ações inovadoras no estado, como criação de empresas que visam à área de tecnologia e outros empreendimentos com bases no desenvolvimento social. A fundação é responsável também por uma articulação e por uma parceria entre instituições nacionais e internacionais em prol do avanço científico tecnológico. É promovendo a articulação entre parceiros, entre as várias cadeias do conhecimento e as atividades produtivas que a instituição tem buscado novas formas de atrair e fixar competências na cidade.

Pequenos e novos empresários paraibanos são beneficiados com vários serviços oferecidos pela Fundação Parque Tecnológico. Entre estas ações está a Incubadora Tecnológica de Campina Grande – ITCG, que consiste basicamente na transformação de idéias inovadoras em negócios lucrativos. As empresas que participam do processo de incubação têm maiores chances de enfrentar e se manterem no mercado de maneira competitiva. O PaqTcPB oferece a estas novas empresas através do ITCG, um importante suporte técnico e gerencial para um amadurecimento dessas idéias e um crescimento sustentável no processo de desenvolvimento regional.

A ITCG é um Programa de Incubação de Empresas da Fundação Parque Tecnológico da Paraíba, que tem como missão apoiar ações para o desenvolvimento de novos empreendimentos de base tecnológica com suporte técnico e gerencial no âmbito empresarial, buscando o crescimento sustentável e o amadurecimento dessas empresas como forma de promoção do desenvolvimento regional sustentável.

Para melhorar ainda mais o trabalho da incubadora, há seis anos a ITCG firmou parceria com o SEBRAE Paraíba o que possibilitou uma ampliação do projeto e permitiu a implantação de novas incubadoras no interior do Estado da Paraíba sempre com o intuito de levar até as localidades inovação e desenvolvimento de produtos e a comercialização destes no mercado.

Existe um período de até seis meses em que o empreendedor fica na incubadora para concluir seu Plano de Negócios e formalizar sua empresa, que é chamado de Pré-incubação. O principal objetivo desta fase de pré-incubação é oferecer apoio para que os empreendedores transformem suas idéias em uma empresa formalizada juridicamente e com um produto pronto para ser comercializado.

3.2 Principal Serviço: a incubação de empresas do PaqTcPB

As novas empresas e empreendimentos passam por um período de seis meses chamado de pré-incubação onde o empreendedor precisa concluir um plano de negócios e formalizar a sua empresa. Neste período as idéias ganham formas tanto jurídicas quanto de um produto que precisa ser levado ao comércio.

Tudo o que a instituição puder oferecer para minimizar os problemas dessa nova empresa será oferecido dentro do período de incubação como, por exemplo: consultores, professores, conselheiros, profissionais experientes e que agreguem valor às empresas incubadas.

Para participar do processo de incubação o interessado a criar uma nova empresa passa por várias etapas que são explicadas através de um Edital. As etapas são compostas por: uma apresentação do Pré-Projeto, resumo do que o candidato pretende desenvolver na incubadora segundo roteiro disponibilizado pela ITCG; uma fase de Pré-Seleção ou eliminatória onde somente os candidatos aprovados nesta fase serão convocados para entrevista posterior com a equipe da incubadora; uma seleção final dos candidatos aprovados nas etapas anteriores no qual deverão apresentar suas propostas finais, consistindo na entrega do Plano de Negócios Simplificado, sendo três vias impressas e uma digital, além de alguns documentos pessoais.

Depois desse primeiro momento os candidatos selecionados ainda passarão por uma apresentação dos projetos à banca avaliadora, uma entrevista e uma apresentação oral e escrita de um Plano de Negócios Simplificado.

Pensando em expandir seus serviços, a fundação está por oferecer novos ambientes empresariais adequados às necessidades das organizações. A instituição e seus parceiros pretendem implantar novos empreendimentos para favorecer o desenvolvimento, através de um plano denominado de “Plano de Expansão do Parque Tecnológico da Paraíba”, no qual

diantes dos problemas expostos pelo cliente, pois segundo Sant'Anna (2001), a criação baseia-se nos objetivos da campanha e em sua principal função, no estímulo adequado a natureza do grupo consumidor e no argumento principal. Lupetti (2003) completa afirmando que o tema deve estar bem definido no texto, porém de forma que o seu conteúdo seja percebido implicitamente pelo consumidor.

O conceito de nossa campanha parte de um princípio comemorativo, onde todas as peças darão ênfase aos 25 anos da Fundação, tanto na parte textual quanto na visual fazendo referência à parceria que a Fundação vem mantendo com o desenvolvimento social e econômico do nosso país.

4.3.1 Conceito Publicitário

Para a K2 Publicidade, através das informações colhidas durante o contato com a Fundação, percebe-se que a melhor forma de suprir suas necessidades é através de uma campanha institucional, levando como principal tema da campanha os 25 anos de existência do Parque Tecnológico da Paraíba. Através do conceito de aniversário de 25 anos e da parceria com o desenvolvimento, foi criado pela equipe K2 Publicidade uma campanha que fortalecesse a marca da instituição e marcasse essa data tão importante para história do estado.

Um slogan foi elaborado na intenção de fixar na mente das pessoas a ideia de que a Fundação é uma grande parceira do desenvolvimento socioeconômico e por consequência trouxe uma maior credibilidade à instituição.

4.3.2 A forma de comunicação

A linguagem utilizada na campanha será bastante clara e objetiva, no sentido de fixar na mente das pessoas a principal mensagem da campanha que é os 25 anos da Fundação. Para os textos mais extensos que virão nas artes para revista e jornal, será visada uma linguagem mais formal associando-se aos aspectos do mundo corporativo e fazendo com que o público-alvo, em sua maioria empresários, se identifique com o que está sendo expresso.

4.4 Criação Visual e Direção de Arte

Dentro da criação publicitária, o diretor de arte trabalha em conjunto com o redator, para a criação de peças publicitárias. Devendo ter o conhecimento em áreas como design gráfico, audiovisual, multimídia, (design editorial, web, TV). Com o surgimento das Novas mídias esse profissional deve estar sempre buscando novos conhecimentos, pois a cada dia a publicidade se reinventa para atingir o consumidor de uma maneira mais eficaz.

Em nossa campanha optamos por utilizar poucos elementos visuais na intenção de dar um destaque maior a mensagem escrita, tornando as peças bastante claras e objetivas facilitando a visualização e leitura para o público. Os elementos visuais que se encontram em nossas peças tomam uma forma e estilo que remetem a tecnologia, acompanhado a idéia de modernidade, dando a entender que a Fundação está em constante evolução. Aproveitamos as mesmas cores já utilizadas, na intenção de aperfeiçoar a marca e manter a mesma linha de pensamento ao visualizar as cores presentes nas peças.

4.5 Mídia

Definir estratégia e tática é a grande atividade do departamento de mídia de uma agência de propaganda. É nesse departamento que teremos como função básica tornar acessível nossa mensagem publicitária ao nosso publico alvo, desenvolvendo estratégias que envolvam os mais diversos meios e veículos de comunicação e justificaremos cada meio utilizado e suas vantagens, contemplaremos as diretrizes de nossa campanha, explicaremos devidamente as recomendações embasadas em dados, além de demonstrar a relação custo benefício obtida. Conforme Sant “Anna:

A seleção de veículos se faz no ato do planejamento, a “programação” dos mesmos é feita depois que os textos e layouts estiverem prontos para serem apresentados ao anunciante e uns e outros receberem sua aprovação. (SANT’ANNA 2001)

4.5.1 Objetivos de Mídia

Nosso objetivo é celebrar os vinte e cinco anos da Fundação Parque Tecnológico da Paraíba em parceria com o desenvolvimento brasileiro, juntamente com todas as pessoas que direto ou indiretamente se beneficiam com os resultados obtidos através dessa união.

4.5.2 Estratégias de Mídia

Para veiculação de nossa campanha, visamos os meios de comunicação que transmitissem compatibilidade com o público alvo, assim como aqueles que atingissem o maior número de pessoas possíveis, desde as mais participativas até as que nunca nem ouviram falar da vivência da instituição. Sendo assim os meios escolhidos pela K2 Publicidade foram: TV, revista, jornal, rádio, outdoor, busdoor e internet.

4.5.3 Justificativas de Mídia

- **TV**

Escolhemos TV por ser uma mídia de massa e um dos meios mais rápidos e eficientes podendo ser considerada como uma das maiores fontes de informação. Permite a programação regional e local por meios de emissoras que podem inserir comerciais desvinculados da rede nacional. Ela tem um impacto incomparável perante o público, através dos efeitos de cor, som e movimentos que atraem o telespectador. Dentre estes e outros aspectos, ao anunciar na televisão temos a certeza que o retorno será garantido.

- **JORNAL**

É o segundo veículo mais utilizado pelos anunciantes. Obtém resposta rápida estimulando o consumidor e provocando uma reação quase imediata quanto à decisão de compra, permite a inclusão de encartes local ou regional, o anúncio pode ser inserido,

modificado, trocado ou cancelado com rapidez, alcança qualquer tipo de público. Entre outros aspectos o jornal é um meio bastante utilizado pelo público empresário, alvo principal de nossa campanha.

- **RÁDIO**

A sua programação é uma fonte de entretenimento, lazer, prestação de serviços e educação. Algumas das suas vantagens são: possibilidade de ouvir o rádio e exercer outras atividades, impacto pelos efeitos sonoros e pela capacidade imaginativa que os textos publicitários criam, baixo custo permitindo alta frequência nas inserções e um excelente meio no que diz respeito ao contato direto com o público. Uma excelente forma de atingir o público-alvo da fundação, determinando horários e programações certas para a veiculação.

- **OUTDOOR**

Sempre que um produto ou serviço necessite ser anunciado com uma grande dose de impacto, o outdoor é sempre um dos meios mais lembrados. Ela está nas ruas, praças e avenidas, aberta a toda população. Obtém várias vantagens como: elevados níveis de repetição, não requer uma atitude de recepção do consumidor para entrar em contato com ele, possui excelente meio de lembrança da comunicação utilizada noutros meios. Serão distribuídos pela cidade de Campina Grande, vários outdoors nos pontos mais estratégicos e de maior circulação de pessoas.

- **BUSDOOR**

O Busdoor constitui uma das mídias mais eficientes entre as existentes no mercado publicitário, oferecendo elevados índices de recall (lembrança). Apresenta a melhor relação custo/benefício entre as mídias externas, além de ser mais dinâmica na exposição das mensagens e ter um alcance muito maior entre o público desejado. Por um único custo você tem uma veiculação linear no mínimo por 30 dias, proporcionando uma veiculação contínua.

Durante o período da campanha estarão em circulação alguns ônibus expondo os anúncios da Fundação pela cidade de Campina Grande.

- **REVISTA**

As revistas possuem um público amplo e diversificado e em sua maioria circula nacionalmente, obtém caráter seletivo por ter muitas revistas segmentadas, especializadas ou técnicas que atendem a uma classe socioeconômica mais alta ou que possui interesses diferenciados. Uma revista dificilmente é lida por uma única pessoa e ninguém a joga fora depois de lê-la. A revista selecionada foi a Farol Digital, onde no estado da Paraíba será divulgada pelos canais de mídia: Encartada no Jornal da Paraíba, internet, hotéis, restaurantes, governo, instituições privadas. Também participará de eventos na área de Tecnologia da Informação. Foi produzido um anúncio de uma página para veiculação em uma tiragem quadrimestral.

- **INTERNET**

A internet dentro do contexto publicitário é o maior difusor de conhecimento que o homem jamais sonhou, no entanto, estar presente nesse meio publicitário é, sem dúvida, uma vantagem competitiva para as organizações, principalmente pelos baixos custos das mensagens publicitárias, além de ser uma ferramenta que possibilita a visualização do anúncio por um número incalculável de pessoas. Será produzido pela K2 Publicidade um banner eletrônico dos 25 anos da fundação, para exposição no site do Parque Tecnológico da Paraíba e no site Paraíba online uma revista eletrônica voltada assuntos políticos e factuais.

4.5.4 Táticas de mídia

O período de veiculação de todas as mídias acontecerá num intervalo de quinze dias. Começando dia 1 de julho de 2010 se estendendo até o dia 15 de julho de 2010, com exceção da revista que tem tiragem quadrimestral, tendo sua próxima publicação em setembro deste ano, do busdoor que possui tempo mínimo de veiculação de um mês e do banner eletrônico no

site da fundação que terá um tempo de veiculação de três meses, acompanhando todo o período de veiculação das outras peças publicitárias da campanha. Dessa forma a campanha manterá uma constância na veiculação dos diferentes tipos de mídia, atingindo o público-alvo da Fundação de maneira eficiente.

4.6 RTVC

Para veiculação de nossas peças nos meios de comunicações anteriormente citados, selecionamos algumas das programações exibidas nestes meios que mais se associam ao perfil do público-alvo da Fundação, também a seguir as devidas explicações do motivo de nossa escolha.

4.6.1 TV

- **TV Paraíba:** a TV Paraíba filiada a Rede globo, canal 3, é Líder em audiência nos telejornais. O seu sinal atinge 92 municípios do estado da Paraíba. Vários projetos culturais e institucionais foram criados pela emissora, a exemplo da Chegada de Papai Noel, Domingo no Parque, Paraíba dos Seus Olhos, MatuTV, Forró Fest entre tantos outros, sempre oferecendo aos anunciantes excelentes oportunidades, além de contribuir para o desenvolvimento do estado e a melhoria da qualidade de vida da população.

PROGRAMAÇÃO ESCOLHIDA

- **Bom dia Paraíba**

Programa exibido de segunda a sexta de 6h30 a 7h15, é o primeiro telejornal do dia com flashes ao vivo e entrevistas que informam e preparam o cidadão para o que de mais relevante acontecerá ao longo do dia. Escolhemos esse programa por ser o primeiro telejornal do dia na emissora e por atingir nosso público alvo com

facilidade, pois grande parte do público empresário costuma se atualizar diariamente com as notícias de seu estado.

- **JPB1ºEd.**

De segunda a sábado, a partir das 12h, o JPB 1ª edição traz as principais notícias do dia na política, na economia, e na cultura, além dos fatos policiais que mobilizam a comunidade. É um horário que atinge um grande nível de audiência, principalmente da classe trabalhadora, ficando bastante interessante a veiculação no intervalo desse programa.

- **JPB2ºEd.**

É o telejornal local mais assistido da TV paraibana. De segunda a sábado, às 18h55, grande parte dos telespectadores do estado sintonizam a TV Paraíba para acompanhar as notícias mais importantes do dia, assim como os desdobramentos e os eventos que interessarão à comunidade durante as próximas horas. Há anos é um líder de audiência nesse horário, e torna-se indispensável à veiculação de nosso anúncio nesse programa.

- **Jornal Nacional** - O Jornal Nacional foi o primeiro programa em rede nacional gerado no Rio de Janeiro e retransmitido para todas as emissoras da rede. A equipe de jornalistas do JN conseguiu em pouco tempo, transformá-lo no mais importante noticiário brasileiro, alcançando altos índices de audiência. Programa de alto nível de audiência e estritamente cogitado para veiculação de nosso anúncio.

- **Pequenas Empresas** - Programa exibido aos domingos às 7h30min, onde mostram os desafios de quem monta uma empresa, as oportunidades e as dicas para o sucesso de um negócio. São exemplos de brasileiros idealistas, que venceram desafios e usaram a criatividade para criar pequenas e médias empresas. Um programa que tem tudo haver com a história de nosso cliente, e que vai

abranjer a parte mais interessada e com a maior necessidade de vislumbrar o anúncio de nossa campanha.

- **TV Correio:** Afiliada da Rede Record, a TV Correio canal 13, leva ao telespectador uma programação que atinge os mais diversos públicos, garantindo altos níveis de audiência. A TV Correio foi à primeira emissora de TV do Estado a disponibilizar o sinal em um satélite, o que permite ser captada em toda a América do Sul.

PROGRAMAÇÃO ESCOLHIDA

- **Jornal da Correio Edição (manhã)** - Com exibição de segunda à sexta as 6h30min. Seu formato dá prioridade à prestação de serviços e a fatos do cotidiano, o programa prioriza uma linguagem simples e abre espaço para a participação popular através de e-mails e telefonemas. As matérias giram em torno de problemas, reclamações, fatos policiais, economia, política, cultura, cidades e esportes. É o único telejornal que conta com a participação ao vivo de repórteres de João Pessoa, Campina Grande, Patos, Guarabira, Sousa e Cajazeiras com as primeiras notícias do dia, o que imprime um perfil estadual ao noticiário. Excelente horário e perfil compatível ao de nosso público-alvo.

- **Correio Esporte** - É um programa que cobre os principais acontecimentos do esporte profissional ou amador. No campo, na pista, na praia, na quadra, no salão, na piscina, ou em qualquer lugar que, se pratique algum tipo de atividade esportiva de destaque, a equipe de reportagem do Correio Esporte vai estar lá. Horário de exibição de segunda a sábado ao meio dia e com excelente índice de ibope de nosso público-alvo.

- **Jornal da Record** - Exibe de segunda a sábado às 19h, uma série de reportagens especiais sobre os mais variados assuntos de interesse da população brasileira. Excelente programação e alto índice de audiência que irão garantir o alcance de nosso público-alvo.

- **Domingo Espetacular** - Com exibição apenas aos domingos às 16h, é formatado para ser uma revista eletrônica de informação e entretenimento para os telespectadores. Uma equipe que apresenta reportagens de denúncia, comportamento, ciência, turismo, medicina, aventura e um panorama geral dos fatos que marcaram a semana. Um programa diferenciado, com ótimo horário de exibição e telespectadores com características equivalentes as de nosso público-alvo.

4.6.2 Produtora de Vídeo

Para a gravação e edição das imagens para o VT de 30'', é necessário contratar uma produtora de vídeo. Para tal função, a K2 Publicidade optou pela empresa Chapéu Vídeo, pela facilidade de contato e pelo tempo em que atua na área com trabalhos muito bem produzidos.

4.6.3 Jornal Impresso

- **Jornal da Paraíba**

Um jornal dos mais assinados e vendidos no estado da Paraíba, completo por notícias, informações de concursos, classificados e com muita publicidade. Será um ótimo canal para atingir nosso público-alvo, já que a grande parte dos empresários costuma ler jornal para se atualizar das informações que cobrem o seu estado.

- **Jornal Diário da Borborema**

Jornal com um elevado índice de assinantes, que trata dos mais variados assuntos como, policial, econômico, cultural, entre outros é um jornal que grande parte do público-alvo da fundação acompanha, tornando bastante viável a veiculação do anúncio da instituição.

4.6.5 Produtora de Áudio

Para gravação da locução e edição do áudio do spot para rádio e do VT, foi necessário a contratação de uma produtora de áudio. A produtora escolhida pela K2 Publicidade foi a Zona Sul, com trabalhos bastante reconhecidos possuindo ótimos locutores e apresentando forte qualidade em seu produto final.

5. Memorial Descritivo

- **Selo Comemorativo**

O selo comemorativo dos 25 anos do Parque Tecnológico é composto do numeral escrito de forma clara e legível, de fácil leitura e visibilidade acompanhada da marca oficial da instituição. As formas do 25 anos e da marca da instituição estão integradas e o conjunto resume visualmente o título das comemorações deste ano, podendo ser lido de modo coeso e instantâneo. O número 25 é grafado de forma itálica o que o torna espacial e dinâmico, transmitindo a idéia de movimento e inovação permanente característico do momento histórico que a entidade vive. A cor predominante azul reforça ainda mais a associação institucional por ser a cor que mais a identifica tradicionalmente com detalhes em prata fazendo referência a cor do metal predominante nesta data. A marca proposta para as comemorações dos 25 anos está diretamente ligada à identidade visual do Parque Tecnológico. Este é um caminho seguro e eficiente para marcar visualmente a trajetória da instituição.

- **Jornal**

Para esse veículo, produzimos uma peça para ocupar um espaço de meia página de jornal, utilizando a imagem de um empresário aparentemente satisfeito com a vida, ao lado dele reforçando a idéia de celebração se encontra o selo comemorativo dos 25 anos da fundação Parque Tecnológico e complementando o anúncio um texto na fonte Arial passando mais suavidade à leitura, parabenizando a fundação por sua história de trabalho e a todas as pessoas que acreditaram na importância que ela traz para a sociedade. As cores predominantes na peça são o azul, branco e cinza, no sentido de manter o anúncio com as características do

parque tecnológico. No rodapé do anúncio colocamos o endereço eletrônico da fundação, para manter uma maior proximidade entre o público interessado e a instituição. Um anúncio simples e objetivo com a maior intenção de destacar os 25 anos da fundação e torná-la ainda mais próxima das pessoas que necessitem de seus serviços.

- **Revista**

Escolhemos produzir a arte da revista em apenas uma página, tornando o anúncio bastante objetivo e como em todas as peças dando destaque aos 25 anos da Fundação, com isso na parte superior da peça encontra-se o selo comemorativo ocupando quase a metade do anúncio, logo abaixo na parte esquerda do anúncio existe um texto exaltando a longa história de parceria da Fundação com o desenvolvimento do país e celebrando seus 25 anos de trabalho. No lado direito um personagem que simboliza um empresário que é o maior beneficiado pelos trabalhos desenvolvidos pela fundação. Por último no rodapé do anúncio está exposto o endereço do site na intenção de aproximar o público à instituição. No intuito de manter uma padronização dos textos, foi escolhida a fonte Arial para todas as peças, fonte esta que proporciona maior suavidade à leitura.

- **Outdoor**

Para a peça do outdoor, além de exaltar os 25 anos da Fundação através do selo comemorativo, foi desenvolvido uma frase que remete o resultado positivo que a fundação obteve com o seu trabalho na Paraíba. Acompanhando a leitura do anúncio, na parte esquerda em maior destaque ocupando quase a metade do outdoor encontra-se o selo comemorativo da Fundação, ao lado do selo na parte superior, vem a frase de efeito “Uma história de inovação na Paraíba” fortalecendo a idéia de competência e evolução que a instituição sempre desempenhou. Abaixo da frase encontra-se um gráfico que da continuidade e complementa a idéia de evolução e crescimento da fundação. No rodapé do outdoor está o endereço do site da fundação para que os maiores interessados possam interagir de maneira mais completa com a instituição.

- **Banner Eletrônico**

O banner eletrônico foi produzido com a intenção de fortalecer a marca do parque na internet. Ele possui o formato de 468 x 60mm tendo a cor predominante azul reforçando a

associação institucional por ser a cor que predomina tradicionalmente a marca da fundação. A marca comemorativa aparece no lado esquerdo do banner facilitando a identificação do anunciante, logo após uma frase de efeito “Uma História de Inovação na Paraíba” que reafirma a posição de competência da instituição ainda sendo complementada por meio de um gráfico representando o crescimento regional. Por fim, abaixo do gráfico está o endereço eletrônico da Fundação na intenção de aproximá-la de seu público-alvo.

- **Busdoor**

Na arte do busdoor, optamos por destacar somente o selo comemorativo na intenção de reforçar a idéia principal da campanha que é a celebração dos 25 anos da fundação e com isso fixar ainda mais na mente das pessoas a marca da instituição.

- **TV**

Foi produzido um vídeo de 30 segundos para televisão. Trata-se de um testemunhal onde o figura central Ruan Pinheiro empresário e diretor da empresa, Insiel Segurança Eletrônica, parabeniza a fundação pelos seus vinte e cinco anos, expondo também a importância que ela teve para o sucesso de sua empresa. A gravação foi feita no escritório da empresa, na intenção de fortalecer a imagem de um empresário bem sucedido. Para fechar o anúncio, foi elaborada uma vinheta de 3 segundos utilizando os elementos visuais do selo comemorativo da campanha com uma locução em off reforçando a idéia de comemoração dos 25 anos da Fundação.

- **Rádio**

Para o anúncio da rádio, produzimos um spot de 30 segundos com o intuito de destacar acima de tudo os 25 anos da Fundação e o que ela proporciona de importante para a sociedade e para a economia regional. No início do texto é informado para o ouvinte a idéia de comemoração pelos 25 anos da Fundação, logo em seguida é citado um pouco da história de seu trabalho, logo após é reforçada a idéia de comemoração através das felicitações que são dadas ao parque tecnológico e a todos que direto ou indiretamente são beneficiados com os serviços da Fundação. Um texto bastante claro e objetivo, utilizando uma linguagem mais

formal onde a mensagem transmite para o ouvinte uma sensação de recompensa pelo trabalho que a fundação tem feito a serviço do desenvolvimento socioeconômico do país.

6. Verba do cliente e orçamento da campanha

Dentro das condições estabelecidas pela instituição, foi disponibilizada uma verba de 36 mil reais para a elaboração da campanha que marcará a celebração dos 25 anos da fundação Parque Tecnológico da Paraíba. Tendo o conhecimento desse valor, a K2 Publicidade procurou distribuir as diferentes mídias de maneira eficiente, onde dentro do orçamento disponibilizado pela fundação proporcionasse um número satisfatório de veiculações, garantindo um ótimo aproveitamento da verba disponível e um impacto esperado em relação ao público-alvo, atingindo assim os objetivos da fundação.

6.2 Orçamento da Campanha

TV

Empresa	Mídia	Período de Veiculação	Valor
TV Paraíba	Veiculação de 21 chamadas de 30'' em horários determinados	01/07/2010 a 15/07/2010	R\$ 10.019,00
TV Correio	Veiculação de 11 chamadas de 30'' em horários determinados	01/07/2010 a 15/07/2010	R\$ 10.379,00

RÁDIO

Empresa	Mídia	Período de veiculação	Valor
Campina	Veiculação de 21 CH de 30'' em	01/07/2010 a	R\$ 1.039,50

FM	horários determinados	15/07/2010	
Correio FM	Veiculação de 24 CH de 30'' em horários determinados	01/07/2010 a 14/07/2010	R\$ 1.032,00

JORNAL

Empresa	Mídia	Período de Veiculação	Valor
Diário da Borborema	Veiculação de dois anúncios de meia pagina	04/07/200 e 15/07/2010	R\$ 3.200,00
Jornal da Paraíba	Veiculação de dois anúncios de meia página	04/07/2010 e 15/07/2010	R\$ 1.700,00

REVISTA

Empresa	Mídia	Período de Veiculação	Valor
Farol Digital	Veiculação de um anúncio de uma página	01/09/2010	R\$ 1.000,00

OUTDOOR

Empresa	Serviço	Período de Veiculação	Valor
Exiba Outdoor	Veiculação de seis Outdoors em policromia	01/07/2010 a 15/07/2010	R\$ 1.200,00
Exiba Outdoor	Produção de seis placas em policromia		R\$ 720,00

BUSDOOR

Empresa	Serviço	Período de Veiculação	Valor
Rota Mídia Exterior	Veiculação do anúncio em policromia para seis ônibus	01/07/2010 a 31/07/2010	R\$ 1.200,00
Rota Mídia Exterior	Produção de seis anúncios em policromia		R\$ 720,00

INTERNET

Empresa	Serviço	Período de Veiculação	Valor
Paraíba Online	Veiculação do banner eletrônico no site Paraíba Online	01/07/2010 a 31/07/2010	R\$ 1.000,00
PAQTCPB	Veiculação do banner eletrônico no site do Parque Tecnológico	01/07/2010 a 01/10/2010	

PRODUÇÃO DE VT

Empresa	Serviço	Valor
Ator Principal	Concessão de imagens	R\$ 200,00
Produção	Cabelo, maquiagem, transporte, alimentação para VT de 30"	R\$ 250,00
Chapéu Vídeo	Gravação e edição para VT de 30"	R\$ 700,00

PRODUTORA DE ÁUDIO

Empresa	Serviço	Valor
----------------	----------------	--------------

Zona Sul	Gravação de áudio para o spot Rádio	R\$ 25,00
-----------------	-------------------------------------	-----------

SERVIÇOS K2 PUBLICIDADE

Serviço	Valor
Criação e conceito da campanha / Criação, direção e produção VT de 30'' / Criação spot de 30'' / Criação e layout das peças gráficas	R\$ 1.200,00
Desconto 10%	R\$ 120,00
Valor Final	R\$ 1.080,00

Total: R\$ 35.464,50

7. Considerações Finais

Após a execução desse trabalho, chegamos a conclusão de que para desenvolver uma campanha publicitária eficiente é preciso um bom planejamento de mídia, fazendo com que as peças publicitárias criadas supram as necessidades do cliente e atinja de maneira positiva o público consumidor. Todas as etapas do processo de criação de uma campanha publicitária são de extrema importância. Seguindo todos os passos de maneira correta todos saem ganhando, o público consumidor por ter anúncios que expõem informações que resolvam seus problemas e necessidades de consumo, a agência por ter trabalhos que sirvam de exemplo e que a torne cada vez mais reconhecida em seu ambiente mercadológico e o cliente que se beneficia de uma boa comunicação conseguindo persuadir as pessoas a sentirem o interesse de conhecer a marca e o que ela tem a oferecer.

8. REFERÊNCIAS

CESAR, Newton. **Direção de arte em propaganda.** – Brasília: Editora Senac – DF, 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **NOVO DICIONÁRIO ELETRÔNICO AURÉLIO VERSÃO 5.0.** 3ª ed.

MARTINS, Jorge S. **Redação Publicitária.** Teoria e Prática – 2ª. Ed. – São Paulo: Atlas, 1997.

MOWEN, John C. **Comportamento do Consumidor.** Michael S. Minor: tradução Vera Jordan; pesquisa e redação de textos adicionais e revisão técnica Tania M. Vidigal Limeira. – 1ª Ed. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

PINHO, J. B. **Propaganda Institucional:** usos e funções da propaganda em relações públicas – José Benedito Pinho. – São Paulo: Summus, 1990.

PÚBLIO, Marcelo Abílio. **Como Planejar e Executar uma Campanha de Propaganda.** São Paulo: Atlas, 2008.

LUPETTI, Marcélia. **Administração em Publicidade.** A verdadeira alma do negócio – São Paulo: Thomson Learning, 2006.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z.** 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda.** Teoria – Técnica – Prática. 7ª ed. São Paulo: Thomson, 2006.

Campanha Institucional:

**“25 anos parceiro do
Desenvolvimento”**

Selo comemorativo



Jornal

A photograph of a man in a light blue shirt and dark trousers, standing with his arms crossed and one leg raised, next to a large, stylized version of the PaqTcPB 25th anniversary seal. The seal is set against a blue background with a subtle wave-like pattern. The man is smiling and looking towards the camera.

Parque Tecnológico da Paraíba, 25 anos de parceria com o desenvolvimento brasileiro. Uma instituição que tem sido o pilar nos projetos e programas do setor de Ciência, Tecnologia e Informação. Parabéns a fundação e a todos que acreditaram na importância de seu trabalho para o desenvolvimento do país.

www.paqtc.org.br

Revista



25
a n o s

PaqTcPB
Parceiro do Desenvolvimento

Criada em 1984, entre os quatro primeiros parques tecnológicos do país, o Parque Tecnológico da Paraíba comemora seus 25 anos de parceria com o desenvolvimento brasileiro. Ao longo dos anos, a instituição tem sido o pilar, nos projetos e programas do setor de Ciência, Tecnologia e Informação. Grande parte da sua história de prestígio, reconhecimento e competência é fruto dos resultados alcançados na sua atuação.

O Parque Tecnológico da Paraíba está de parabéns, assim como todos que acreditaram na importância de seu trabalho para o desenvolvimento do país.



www.paqtc.org.br

Outdoor



25
a n o s

PaqTcPB
Parceiro do Desenvolvimento

**Uma história de
inovação na Paraíba.**



www.paqtc.org.br

Busdoor



Banner Web



Spot Rádio

O PARQUE TECNOLÓGICO DA PARAÍBA ESTÁ COMEMORANDO 25 ANOS DE PARCERIA COM O DESENVOLVIMENTO BRASILEIRO // AO LONGO DOS ANOS, A FUNDAÇÃO EM SIDO O PILAR, NOS PROJETOS E PROGRAMAS DO SETOR DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INFORMAÇÃO / BENEFICIANDO A CLASSE EMPREENDEDORA, ELEVANDO A ECONOMIA REGIONAL E ACIMA DE TUDO, MELHORANDO A QUALIDADE DE VIDA DA POPULAÇÃO // PARABÉNS A FUNDAÇÃO E A TODOS QUE ACREDITAM NA IMPORTÂNCIA DE SEU TRABALHO PARA O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS // **PARQUE TECNOLÓGICO DA PARAÍBA 25 ANOS PARCEIRO DO DESENVOLVIMENTO**

VT

Vídeo	Áudio
Abre VT com vinheta dos 25 anos do Parque Tecnológico	BG "Música suave"
Plano Americano. Imagem do empresário em seu escritório.	BG "Música suave" Depoimento do empresário
Fecha VT com vinheta dos 25 anos do Parque Tecnológico.	Rabicho: Parque Tecnológico da Paraíba, 25 anos parceiro do desenvolvimento

