

Portal UniSol, um veículo de marketing

(www.unisol.org.br - 19/08/2004)

Foi apresentado ontem, dia 18 de agosto, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo, o Mídia Kit UniSol, iniciativa que visa a usar o potencial do portal UniSol como veículo de marketing social. Para falar do projeto aos representantes de agências de publicidade, professores e imprensa estavam presentes Ruth Cardoso, presidente da Comunitas; Alexandre Gracioso, diretor da ESPM; Ivan Pinto, integrante do conselho da ESPM; Ismael Rocha, coordenador do Departamento de Marketing da ESPM e da ESPM Social; Renato Mader, professor de Criação Digital da ESPM e consultor do Portal UniSol; e Rosângela Ferreira, coordenadora de Comunicação da UniSol.

Gracioso abriu o evento falando da identificação que a ESPM tem com a área social, materializada por meio da ESPM Social, movimento existente há três anos e que já envolveu mais de 200 alunos. Para Ismael Rocha, a força que uma marca como a UniSol tem representa uma grande oportunidade de negócios para diversas empresas que quiserem ter seu nome associado à instituição.

Para exemplificar o que isso significa, o coordenador de Marketing citou uma viagem que acompanhou de 60 alunos participantes da UniSol, em janeiro. “Não tinha quem não olhasse para o grupo no aeroporto, todos queriam saber quem eram, onde iam. Naquele momento pensei no que poderia representar para uma empresa ter seu nome divulgado por aqueles estudantes, na força que isso tem.”

Para o veterano professor Ivan Pinto, presencia-se hoje uma outra revolução - após tantas já observadas-, em que as empresas donas das marcas descubrem que precisam se revelar aos consumidores. É a maneira de deixar claro que por trás do produto existe uma instituição, da qual cada vez mais se exige uma atitude de responsabilidade social.

“É a expressão da moda. O fato é que as empresas têm de exceder o papel de geração de lucros e contribuir para a sociedade. As empresas podem ajudar a UniSol a ajudar o Brasil”, concluiu o integrante do conselho da ESPM.

Juventude engajada

Ruth Cardoso iniciou sua explanação com um comentário: “Me tira do sério ler que a juventude é alienada. Talvez os jovens não se preocupem com política partidária, mas qualquer chance que tenham de participar de projetos nós temos resposta imediata e positiva.”

Segundo a presidente da Comunitas, o programa Universidade Solidária nasceu destinado à decepção, já que não há como levar a campo todos os estudantes que desejam participar. “O programa já provou o que pode fazer e agora é o momento de crescer.”

Ela frisou a relação entre os jovens universitários e populações de localidades pobres que nunca tiveram chance de conviver com pessoas de fora, de nível educacional acima do que apresentam. “Estabelece-se uma relação de igualdade. Os estudantes querem aprender e isso é maravilhoso. É diferente de funcionários que já chegam com uma camisa que os coloca hierarquicamente diferentes.”

Na avaliação da ex-primeira-dama, é inestimável para esses estudantes a bagagem que carregarão para o resto da vida após conhecer a dura realidade de um País tão desigual. “É preciso agora expandir o programa, que tem vitalidade, é um programa vivo.”

Concretude da vida real

Tanto Renato Mader quanto a coordenadora de Comunicação do Portal UniSol, Rosângela Ferreira, frisaram para a platéia de publicitários, alunos e professores a importância de contar com uma ferramenta voltada para um público qualificado e segmentado. Afinal, o portal inaugurado em outubro de 2003 tem 2.250 usuários cadastrados e 1,5 milhão de pageviews.

No encerramento, Alexandre Gracioso comentou que embora Mader tenha se referido à presença virtual da UniSol, para ele o portal é um dos mais concretos que já conheceu, pois “vem da vida real”. De acordo com o diretor da ESPM, a parceria da instituição com a Universidade Solidária, que já dura três anos, “contagiu a escola. As viagens feitas ao Nordeste e a Cananéia, no verão de 2003, são exemplos disso. A contribuição para os alunos não tem preço – eles saem da experiência mais maduros, conscientes, enfim, pessoas melhores.”

Instrumento de captação de recursos

Para Ismael Rocha, chefe do Departamento de Marketing e Pesquisa de Mercado da ESPM, o momento mostra que existem “duas parcerias fantásticas, a primeira entre a ESPM e a UniSol, em que a ONG tem o respaldo para desenvolver ações voltadas para o bem da sociedade – tudo muito novo e arrojado. A segunda é a UniSol ter um instrumento mais mercadológico de captação de recursos”, disse, referindo-se ao portal como veículo de marketing social.

“Achei a iniciativa excelente. O Brasil precisa fundamental e essencialmente de educação (não no sentido americano, mas o beabá mesmo), saúde pública e de um trabalho intenso contra a corrupção. O trabalho da UniSol é básico. Deveria ser obrigatória a participação de todos”, comentou João Câncio Povoá Filho, da Votorantim.

A opinião é compartilhada por Ana Paula Ronimani, do Santander/Banespa: “Acredito que a área de educação como um todo é fundamental e a parceria oferece aos futuros profissionais a oportunidade de atuarem em projetos sociais.” Também Rosana Netto, da QG Comunicação, acredita que o momento seja de preocupação social. “Quem ainda não se engajou está procurando onde se engajar. A educação é a base da virada.”

