

25 anos
de **Campanhas**
aos de **Recepção**
Calouros

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO





25 anos
de Campanhas
de Recepção
Calouros

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Water Bros. Brasil

Penelope





Apresentação

A vida universitária traz um desafio que se faz constante pelos tempos: o de ser uma ou, nas palavras de Norberto Bobbio, *um espaço de educação para a cidadania que surge no próprio exercício da prática democrática*.

Nesse sentido, a Universidade de São Paulo, em pleno processo de redemocratização brasileira nos anos de 1990, trouxe por meio de sua reitoria (gestão Jacques Marcovitch 1997-2001) uma pauta a ser enfrentada: a implementação de uma forma de recepção dos alunos ingressantes que fosse acolhedora e cidadã, refutando a persistência de práticas, ainda vigentes, marcadas pelo uso da violência e intimidação.

Um trauma acadêmico seria decisivo: a morte de um aluno envolvendo tais práticas. Assim, gerou-se um movimento contundente pelo fim do trote, merecendo atenção o trabalho realizado na Escola de Comunicação e Artes pelo professor Heliodoro Teixeira Bastos Filho, bem como o resultado dos trabalhos produzidos por seus alunos. Por meio da produção de materiais publicitários, conseguiram expressar, em suas linhas e entrelinhas, temas centrais para a movimentação que se dava em torno dos direitos humanos, a participação acadêmica e, sobretudo, a informação como direito social.

A exposição traz algumas marcas históricas desse processo, ao envolver a vontade política de seus dirigentes acadêmicos, o trabalho visionário docente e, sobretudo, a produção criativa discente. Transformar o viver acadêmico. Aprofundar as bases democráticas do viver. Expressar a importância dos afetos, lendo os encontros e as pluralidades. Eis as pistas deixadas por essa história.

Lumes a iluminar a vida universitária em sua missão formadora e transformadora.

Uma excelente visita!

Palavras do Prof. Jacques Marcovitch, no marco dos 25 anos da primeira semana de recepção dos novos alunos

Caros amigos,

Há 25 anos a USP elegeu como prioridade **o fim do trote violento**. Em 1999, a Profa. Ada Grinover Pro-reitora de Graduação e seus colaboradores, trabalharam por uma recepção aos jovens que ingressavam nos campi da Universidade

Os alunos da USP tiveram naquele período, um papel decisivo na opção pela civilidade. Os estudantes do curso de Propaganda, na ECA, liderados pelo professor Heliodoro Bastos Junior, o Dorinho, produziram uma campanha publicitária contra a violência e a favor do acolhimento.

O grupo trouxe um slogan logo adotado e jamais esquecido: **“Trote – dê um novo nome a este começo”**. O novo nome, ainda hoje pronunciado em toda a USP, foi “recepção” aos ingressantes.

A par da aquisição do conhecimento, cabe aos moços do nosso tempo construir pontes que unem e desconstruir o ódio que distancia. Para melhor construir o futuro, não basta ser gentil uma vez por ano. Devemos respeitar os outros, mesmo quando estes outros pensam diferente de nós.

Para banir a arrogância que se fantasiava de brincadeira, foi construída a semana de Recepção. O trote, com a sua feição tradicional, que propiciava o abuso e a violência, passou a ser questionado pelos próprios estudantes. Os valores humanos sobrepuseram-se à barbárie e a solidariedade venceu a alienação. O respeito pelo outro, princípio mestre da vida em sociedade, deixava de ser apenas retórica e assumiu o plano da realidade..

Não bastava pregar, ensinar, teorizar. Tinha chegado a hora de honrar o nosso discurso. Era hora de levar à prática os valores, os princípios e as regras que defendemos no Código de Ética da nossa Universidade.

A USP de hoje tem mais da metade do seu alunado constituído de jovens originários de escolas públicas e estratos sociais de menor renda. Este indicador aponta para outros horizontes. A nossa universidade ficou mais parecida com o Brasil em sua diversidade e suas quase incorrigíveis iniquidades.

Ao cumprimentar o Professor Aluísio Segurado e colaboradores por esta lembrança, urge repensar a universidade para corresponder às expectativas de todos os novos alunos que se juntam a nós. Não basta recebê-los de forma cordial. É necessário compreender as suas origens e conhecer melhor o nosso Brasil.

Muito obrigado.

JACQUES MARCOVITCH
REITOR DA USP (1997-2001)

Tempo de relembrar

A Pró-Reitoria de Graduação da USP tem a grata satisfação de celebrar com a comunidade os 25 anos de Campanhas de Recepção de Calouros e o que essa iniciativa representou na transformação da cultura universitária.

É tempo de relembrar o movimento transformador que possibilitou estabelecer em nossa Universidade a recepção inclusiva e acolhedora dos(as) estudantes ingressantes, pautada pelo respeito à diversidade, pela solidariedade e compromisso social.

Fruto da criatividade e empenho dos discentes do Curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação e Artes, sob a coordenação do Prof. Dorinho Bastos e demais docentes participantes da Comissão de Recepção aos calouros, as mensagens publicitárias divulgadas desde então, no início do ano letivo, souberam veicular de forma empática os valores humanos que cultivamos, banindo qualquer forma de violência e discriminação.

Esta exposição busca reconhecer a dedicação de discentes, docentes e dirigentes universitários na construção de um novo tempo.

Aproveitem!

ALUISIO AUGUSTO COTRIM SEGURADO

MARCOS GARCIA NEIRA

Diário de um Reitor

OUTUBRO, 1998

“[Será realizado] no dia 10 de novembro o I Seminário Pró-Tutorias. A Pró-Reitoria de Graduação empenha-se igualmente junto às unidades no sentido de ampliar e consolidar o *trote cívico* - uma experiência pioneira da Universidade de São Paulo na valorização dos deveres de cidadania.” (pag.130)

ABRIL, 1999

“Realiza-se hoje uma sessão histórica no Conselho Universitário: moção da Reitoria condenando a prática do trote aos calouros em todos os campi da Universidade de São Paulo.

Neste episódio [morte do ingressante Edison Tsung-Chi Hsueh da Faculdade de Medicina], dois artigos da Declaração Universal dos Direitos do Homem foram brutalmente violados. Diz o artigo 3 que todo cidadão tem direito à vida e a segurança pessoal. Edison Tsung-Chi Hsueh não teve esse direito. Diz o artigo 26 que todo homem tem direito à instrução superior, baseada no mérito. Edison Tsung-Chi Hsueh, tendo mérito, não pôde iniciar a carreira escolhida.

Queremos uma recepção de calouros em novos termos. Uma recepção que substitua o empurrão pelo abraço fraterno e a estupidéz pela realização de missões solidárias.” (pag. 217, 218)

AGOSTO, 1999

“A proibição do trote foi votada no Conselho Universitário e será cumprida, sem exceções, em todas Faculdades e Institutos da USP, com decidido apoio dos alunos, docentes, chefes de departamentos e diretores de unidades.” (pag. 262)

DEZEMBRO, 1999

“Articulada com a Pró-Reitoria de Graduação, a Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária, deu início, em novembro, ao processo de escolha da campanha “Não ao Trote”. Alunos da Escola de Comunicações e Artes, liderados pelo professor Heliodoro Bastos Júnior, apresentaram dez propostas que foram avaliadas.

É importante realçar o fato de que a campanha foi criada pelos próprios estudantes. São jovens que dominam a linguagem dos seus companheiros e estão mais aptos para motivá-los à prática de ações de cidadania, em substituição ao trote.” (pag. 324)

DEZEMBRO, 2000

“O Prêmio “Semana de Recepção aos Calouros de 2000” foi atribuído à Faculdade de Medicina e ao Centro Acadêmico Oswaldo Cruz, com menções honrosas à Faculdade de Direito, à Faculdade de Odontologia de Ribeirão Preto e seus centros acadêmicos.

Essa premiação assinalou o início de uma irreversível mudança da cultura quanto ao trote. Destaco a participação de alunos da ECA na campanha “Trote: dê outro fim a esse começo”.” (pag. 519)

MARÇO, 2001

“Aula inaugural na FEA. Sabendo que há, na plateia, um bom número de alunos ingressantes, começo destacando a importância atribuída pela Reitoria à recepção aos calouros. Nos últimos anos, com apoio indispensável da representação discente e dos diretores de unidades, inovamos bastante as práticas adotadas, para acentuar a sua dimensão de cidadania. Ainda não chegamos ao ponto ideal, mas houve um grande avanço nessa direção. Se compararmos a recepção deste ano com a que foi feita em 1998, temos certamente grandes motivos para comemorar.” (pag.532)

JACQUES MARCOVITCH, 2007

As Campanhas de Recepção aos Calouros. 25 anos depois!

Mesmo não tendo o desejo e tendência para a área de arte e criação, é fundamental, para um aluno de Publicidade, ter conhecimento de técnicas, conceitos e teorias que suportam o processo de construção de uma peça de comunicação, passando pela dificuldade e angústia do ato criativo. Se a mensagem não for entendida, não há informação nem comunicação. Num curso de Publicidade, todos os alunos devem passar por todas as disciplinas que vão lhe dar os instrumentos necessários para a busca da melhor comunicação.

Por exemplo, para um aluno com habilidades gráficas, pensar em mídia estratégica não deve ser o problema dos sonhos a ser resolvido. Mas, novamente, a noção de conceitos e técnicas do assunto, é conhecimento importante. E todos os cursos de Publicidade têm essa característica. Todos os cursos de Publicidade são generalistas.

Assim é que surgiu, logo no início de minha carreira docente, no curso de Publicidade da Escola de Comunicações e Artes, a ideia de um efetivo trabalho prático nas disciplinas que ministro. E, no meu olhar, essas disciplinas “solicitam” tal forma de aprendizado. Mesmo com o foco na Direção de Arte, esses trabalhos possibilitam a vivência em praticamente todas as áreas de atuação de um publicitário.

E nada melhor que esse trabalho prático seja real. E quem é que não precisa de uma comunicação criativa, com qualidade e barata? Todos precisam. Foi assim que a Pró Reitoria de Graduação tornou-se o “maior cliente” da disciplina.

Foram muitos trabalhos com diversos temas. Campanha de doação de sangue para o Hemocentro/USP, campanha contra o abandono de animais, campanhas de boas práticas para o CEPEUSP, campanha para a Rádio USP, campanha para Comissão de Direitos Humanos/USP.. Enfim, vários temas, sempre institucionais.

Mas o trabalho mais presente, e que acontece há 25 anos, é a Campanha de Recepção aos Calouros da USP.

A Campanha de Recepção aos Calouros torna-se interessante, pois os alunos da disciplina fazem parte do público que deve ser atingido pela comunicação. Assim, há grande sensibilidade para o raciocínio de um caminho criativo. O *briefing*, como no mercado, é passado pelo nosso “cliente”, que comparece em aula previamente agendada e apresenta o histórico da Recepção, dados, ocorrências anteriores, observações sobre antigas campanhas... E com as agências já definidas, estas se comportam como “verdadeiras” e completam o *briefing* com perguntas e argumentos.

Já há alguns anos, a Semana de Recepção aos Calouros da USP tem como coordenador o professor Oswaldo Crivello Jr, que faz uma apresentação interessante do problema, fruto de acompanhamento de várias edições das “Semanas”.

Para a disciplina, esse trabalho tem uma conhecida presença e importância. É um tema recorrente, pois necessário e já esperado. Que dá essa oportunidade de aproximação com todas as áreas profissionais. Um aprendizado desde o início do processo com a construção de um conceito da comunicação, até a noite das apresentações para o cliente, que acontece num espaço fora da sala de aula, onde as duas turmas, manhã e noite, apresentam suas propostas para o cliente e seus convidados. Sempre digo que é o dia do “grande aprendizado”. Todos os alunos tornam-se conhecedores de todas as propostas.

Para o cliente, fica a satisfação de receber nove ou dez propostas diferentes, a maioria com bons caminhos criativos. Propostas em que se ressaltam o aspecto ético como cabe à Universidade de São Paulo, e cuidadas em relação à produção, com soluções de impacto visual, mas de baixo custo para a finalização.

E por fim, fica ainda para o cliente a difícil missão de optar por apenas uma das propostas, dentre as tantas ideias novas e interessantes que recebe. E lógico, também, como acontece no mercado em concorrências e licitações entre agências, os alunos das agências que não tiveram seus trabalhos escolhidos, reclamam da decisão da escolha por parte do cliente. É sempre assim. Mas até isso faz parte do aprendizado.



Transformar-se em bixa é uma arte...

O silêncio não é ausência de palavras...
Saber que alguém pode se machucar, mas não se importa, é que mais vale a vida do que a sobrevivência de um momento...
Pagar um preço proporcional aos seus atos...

Semana de Recepção aos Calouros 2012

Cada de um quinto da produção científica de todo o país tem origem aqui.

Ela é a nossa história.
Agora ela é sua também.

Agora
nossa
história
é sua
também

Mostrar para quem acaba de chegar
como é bom estar aqui

Mostrar para quem acaba de chegar
como é bom estar aqui

DEPOIS DE SER PINTADO AQUI,
ELE PINTOU NA TV, NO RADIO,
NA INTERNET E ATÉ NO TEATRO.




2000

Trote. Dê outro fim a esse começo.

Este era um dos cartazes que fazia parte da primeira Campanha de Recepção aos Calouros.

Com o ótimo conceito: **“Trote: Dê outro fim a esse começo”**, alguns detalhes dessa comunicação devem ser observados. Como o fato de a Reitoria, na época, aprovar uma campanha com imagem de um corte de cabelo e aceitar o uso da palavra “trote”. Que ainda foi utilizada por alguns anos.

É interessante observar, na documentação aqui exposta, que, nos primeiros anos das Campanhas, as mensagens eram mais contundentes. Com o tempo e, quem sabe, com a colaboração destes trabalhos, as mensagens criadas pelos alunos se tornaram mais leves.



Descubra os calouros
de outra maneira.

TROTE . DÊ OUTRO FIM A ESSE COMEÇO.

USP

2001

Trote. Com violência não se brinca.



Com o conceito **"Trote. Com violência não se brinca"**, essa campanha acabou sendo a mais conhecida, e lembrada, entre todas. Isso porque ela "pegou carona" na famosa campanha dos bichinhos da Parmalat.

Aqui, mais uma vez, a palavra "trote" fazia parte do conceito. E mais que isso, apesar da delicadeza dos bichinhos de pelúcia, é difícil imaginar que hoje "o cliente" aprovasse uma campanha com imagens de bichinhos com curativos e tipóias. Naquele momento, a mensagem foi possível. E necessária.

Trate o bixo como
se fosse a sua calculadora.

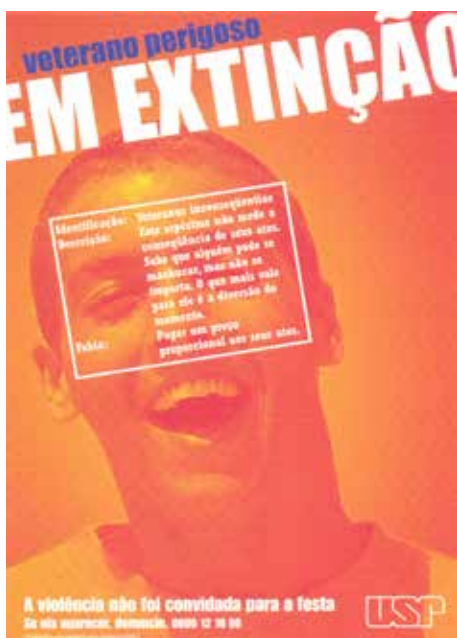
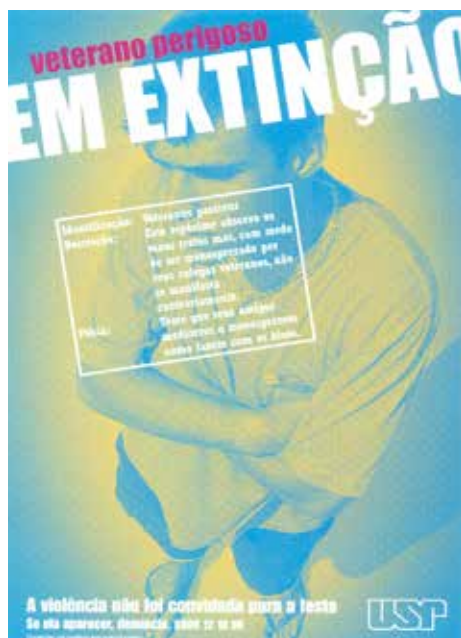


TROTE. Com violência não se brinca.

USP

2002

A violência não foi convidada para a festa.



Nesta proposta, fica claro o forte e agressivo apelo da mensagem.

Com o conceito **“A violência não foi convidada para a festa”**, e um bom *layout* e direção de arte criativa, essas peças, originalmente em formato A2, acabaram gerando um visual muito interessante quando colocadas em sequência.

Um ótimo trabalho, e também aprovado no momento certo.

veterano perigoso EM EXTINÇÃO

Identificação: *Veteranus oportunus*
Descrição: Não apronta assumidamente, mas está sempre por perto, à espera de uma oportunidade para atormentar o bixo.
Fobia: Ser reconhecido como integrante do grupo que pratica violência contra calouros.

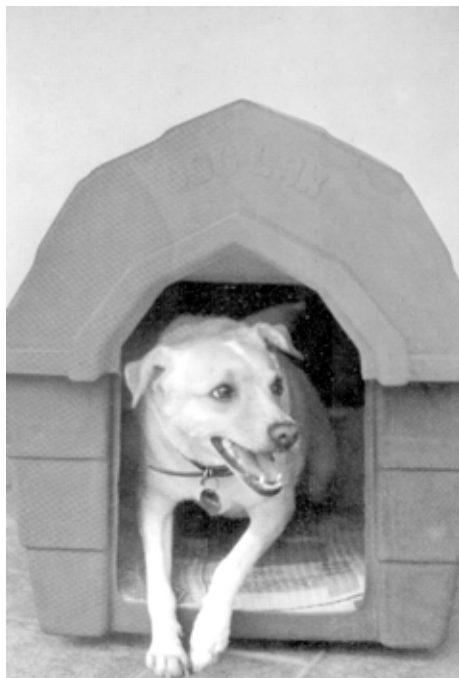
A violência não foi convidada para a festa
Se ela aparecer, denuncie. 0800 12 10 90

[O registro está disponível para eventos online]

USP

2003

Veterano consciente trata bixo como gente.



Pensar na utilização de imagens de bichos foi recorrente em todos esses anos no processo criativo de muitas “agências”. Afinal, a relação entre “calouro” e “bixo”, com X mesmo, é uma condição nacional.

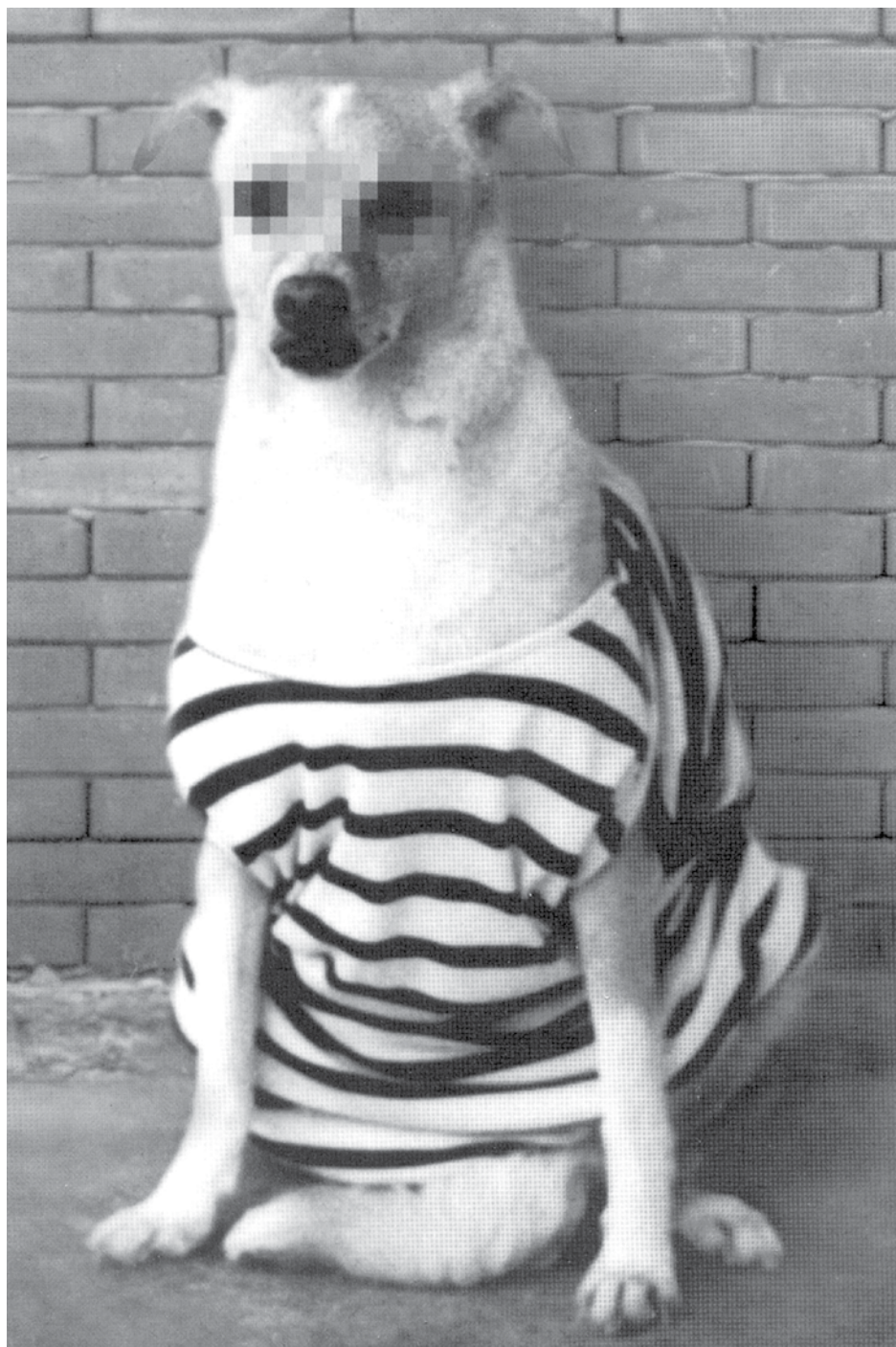
Mas poucas vezes isso funcionou com bons resultados.

Aqui, a ideia é muito interessante: em cada imagem havia uma variação de títulos que faziam referências a algumas áreas do conhecimento.

Por exemplo:

- **“Você não precisa estudar Psicologia para entender o seu ‘bixo’”.**
- **“Você não precisa estudar Engenharia para abrigar o seu ‘bixo’”.**
- **“Você não precisa estudar Medicina para cuidar do seu ‘bixo’”.**
- **“Você não precisa estudar Direito para defender o seu ‘bixo’”.**

E dando unidade à comunicação, a frase-conceito que orientou a campanha: **Veterano consciente trata bixo como gente”.**



2004

Transformar-se em bixo é uma arte.



Aqui, uma proposta muito criativa. Partindo do princípio de que ao entrar na USP o aluno se transforma em "Bixo", utilizar como ilustração o origami, uma arte da cultura japonesa, repleta de simbolismo e significado, e que transforma um

pedaço de papel em objetos e figuras surpreendentes, foi uma solução muito criativa.

E não podia ser melhor a frase-conceito da campanha: "**Transformar-se em bixo é uma arte**".



Transformar-se em bixo é uma arte.

Universidade de São Paulo 2004

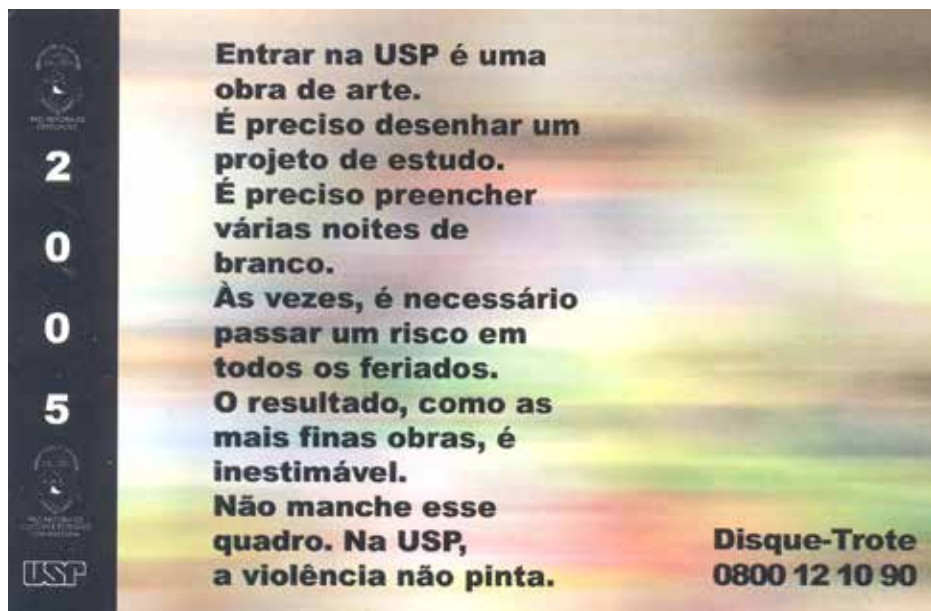


Transformar-se em bixo é uma arte.

Universidade de São Paulo 2004

2005

Não deixe a violência pintar na USP.



**Entrar na USP é uma obra de arte.
É preciso desenhar um projeto de estudo.
É preciso preencher várias noites de branco.
Às vezes, é necessário passar um risco em todos os feriados.
O resultado, como as mais finas obras, é inestimável.
Não manche esse quadro. Na USP, a violência não pinta.**

**Disque-Trote
0800 12 10 90**

Neste ano, devia fazer parte do *briefing* do trabalho o pedido para que os alunos não utilizassem mais as tradicionais “pinturas artísticas” nos calouros.

Assim, esta proposta relacionava a entrada na USP com uma obra de arte em função de todo esforço que deveria ser despendido para tal conquista.

Os textos eram claros logo no início: entrar na USP é uma obra de arte. E a frase que dava unidade à mensagem era “**Não deixe a violência pintar na USP**”.



Disque-Trote
0800 12 10 90

2
0

NÃO DEIXE A VIOLÊNCIA PINTAR NA USP

5

2006

**Todo fera já foi bixo.
Respeite o seu.**

Outro ótimo trabalho. A estratégia de comunicação foi informar que pessoas importantes, em várias áreas profissionais, fizeram seus cursos na USP. Foram calouros e depois veteranos.

Com a frase que assinava toda a campanha, **“Todo fera já foi bixo. Respeite o seu”**, cada personagem recebia um título criativo e específico nos cartazes e nos cartões postais.

Por exemplo, no cartaz com William Bonner, que foi nosso aluno no curso de Publicidade da ECA, o título era: “Na TV ele é âncora. Aqui ele foi marinheiro de primeira viagem”. Bom, não é?

Importante destacar também a surpreendente direção de arte, com ilustrações com grafismo sobre fotos das personagens.



DEPOIS DE SER PINTADO AQUI,
ELE PINTOU NA TV, NO RÁDIO,
NA INTERNET E ATÉ NO TEATRO.



Diáque - Trate
0800-0121090


Marcelo Zan
Engenharia Civil - 1978

USP

TUDO FERA DA FOI BIXO!
RESPELTE O SEU.

HSBC

ANTES DA EXPERIÊNCIA DO CARANDIRU,
ELE APRENDEU COM A LIBERDADE DA USP.



Diáque - Trate
0800-0121090

Drauzio Varella
Medicina - 1962

USP

TUDO FERA DA FOI BIXO!
RESPELTE O SEU.

HSBC

QUANDO BIXETE, ELA JÁ DAVA CARTÃO VERMELHO
PARA VETERANO FOLGADO.



Diáque - Trate
0800-0121090

Soróbia
Cinema - 1989

USP

TUDO FERA DA FOI BIXO!
RESPELTE O SEU.

HSBC

FELIZES ANOS VELHOS EM QUE O
MARCELO ERA UM BIXO DE RESPEITO.



Diáque - Trate
0800-0121090

Marcelo Rubens Paiva
Rádio e TV - 1982

USP

TUDO FERA DA FOI BIXO!
RESPELTE O SEU.

HSBC

2007

Veterano, todo caminho fica mais fácil com uma mãozinha.



Neste ano a solução da comunicação teve um princípio muito simples, incentivar o veterano a "dar uma mãozinha" para ajudar o calouro a ingressar nesse novo mundo acadêmico. E isso em uma universidade do tamanho, em todos os sentidos, da Universidade de São Paulo.

Imagens de mãos deram unidade visual às peças. E uma das frases de um cartaz explora essa ideia:

"Veterano, todo caminho fica mais fácil com uma mãozinha".

**Veterano,
todo caminho fica mais fácil com uma mãozinha**



**Veterano,
uma mão amiga
sempre torna o novo mais seguro**



2008

Chegou a sua vez de receber quem chega.



Neste ano, um outro bom caminho criativo, lembrando ao veterano que ele já foi calouro e que também foi recepcionado por outros veteranos.

Traçando o famoso logotipo da USP quase como um labirinto, o conceito criativo gerou a frase que assina todas as peças: **"Chegou a sua vez de receber quem chega"**.

SEMANA DE RECEPÇÃO - 2008

Sua vez de recepcionar quem chega

Seu bixo acabou de abrir as asas, dê a ele uma aterrissagem suave.



Eles voaram de longe,
estudaram muito e finalmente pousaram na universidade.
Valorize essa longa jornada, que você também já realizou há algum tempo:
Receba seus bixos com respeito
e passe adiante o que você aprendeu desde que começou a voar.

DISQUE TROTE: 0800 012 10 90



USP
CCS
Comunidade de Ciências Sociais



2009

Não estrague a conquista deles.



Nessa campanha, outro ótimo caminho criativo. Uma advertência para que veteranos não estraguem a festa e a alegria da entrada na USP.

Com a analogia de mãos tentando destruir algo de difícil construção, a mensagem era bem clara e fez parte de todas as peças da campanha: “**Não estrague a conquista deles**”.

E junto das assinaturas das peças, havia o reforço da mensagem: “**Semana de recepção aos calouros 2009. Respeite e comemore.**” Simples e objetivo.



Não estrague a conquista deles

Ninguém sabe melhor que
você o quanto foi difícil
chegar até aqui.



Semana de recepção aos calouros 2009
Respeite e comemore.
Disk Trote: **0800-0121090**

2010

Cultive os bixos.

A ideia de receber, apoiar, ajudar e cuidar de quem entra na USP foi aqui simplificada para uma frase bem objetiva: "**Cultive os bixos**".

Interessante neste trabalho foi a ideia de informar o impressionante número de alunos que estariam entrando na USP naquele ano.

E neste caso, houve maior presença da Pró-Reitoria de Graduação, indicando que ela apoia as iniciativas da Semana de Recepção aos Calouros.



PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO APOIA INICIATIVAS NA SEMANA DE CALOUROS NA USP

Em 2010, os 10.662 novos alunos da USP farão parte do movimento **salvecalouros**. Um projeto de conscientização que tem como objetivo plantar mudas de árvores de equilíbrio ambiental em todos os campi da USP. É uma iniciativa pioneira da Pró-Reitoria de Graduação que contará com a **sua** ajuda e dos **alunos veteranos**, para juntos cuidar de nosso planeta.



SEMANA DOS CALOUROS NA USP
XII EDIÇÃO - ANO 2010

RESPEITE E COMEMORE!

DISK TROTE 0800 012 1090

2011

Alegria. Pra sentir a sua, você não precisa estragar a dos outros.



As peças aqui são parte dos cartões postais de 2011. Um bom princípio criativo. Sempre uma palavra positiva relacionando o momento feliz da entrada do aluno na USP.

Em “letras caixa” e com alguma interferência gráfica negativa, “sujando” a imagem, a mensagem é persuasiva. E o texto completa e acaba definindo a mensagem.

No exposto aqui, isso fica claro: **“Alegria. Pra sentir a sua, você não precisa estragar a dos outros”**.

As peças aqui são dois cartões postais, mídia que foi utilizada em quase todos os anos. A vantagem dos cartões postais, além de serem peças para se guardar como lembrança de um momento tão importante, é o fato de se ter mais espaço para textos mais longos.

Disk Trote: 0800 012 10 90

FESTA

É hora de fazer a sua!

Não é bem melhor sem constrangimentos?

Parabéns, calouro! Depois de muitos não's que você teve de colecionar na sua vida para alcançar essa conquista, chegou a hora do sim, do sim à USP!

Então, faça a festa, a sua festa! Não permita que ninguém atrapalhe esse momento tão importante da sua vida. Lembra daquela responsabilidade que o acompanhou rumo à Fuvest? É ela que deve estar presente agora. A festa fica muito mais bonita quando ninguém sai prejudicado.

Seus veteranos querem dividir esse momento com você, e dividir é diferente de tomar pra si. Precisando de orientação ou querendo denunciar qualquer abuso, ligue para o **disque-trote** (0800 012 1090), sempre haverá alguém disposto a ajudá-lo.

Boa festa e bem-vindo à USP!

RECEPÇÃO aos **CALOUROS** 2011

Realização Apoio



USP
CCS

 -

2012

Seu calouro tem muitas perguntas, não tenha dúvida na hora de ajudá-lo.



Com o *slogan* **"Seu calouro tem muitas perguntas, não tenha dúvida na hora de ajudá-lo"**, esta campanha tinha a intenção de chamar a atenção dos veteranos para a necessidade de ajuda aos novatos.

Além dos cartazes, foram produzidos postais com uma pergunta na frente e a resposta no

verso. Estes cartões foram feitos, estrategicamente, de várias cores para estimular a troca entre os novatos.

Com uma direção de arte simples, mas bem cuidada, o ícone da campanha acaba sendo o ponto de interrogação. Afinal, a campanha bem-humorada é baseada nas frequentes dúvidas dos calouros.

A gente tem que ler muito



Bibliotecas

Durante o curso, o aluno da USP vai se deparar com uma grande quantidade de leitura. Para auxiliá-lo, a universidade disponibiliza diversas bibliotecas.

O Sistema Integrado de Bibliotecas da USP (o SIBi) cataloga o material de cerca de 40 bibliotecas distribuídas nos sete campi da Universidade e possui um catálogo on-line (Dedalus) onde pode-se consultar livros, teses e periódicos num acervo que soma mais de 4,5 milhões de volumes.

Não deixe também de se informar sobre a Biblioteca Brasileira Guita e José Mindlin (BBM) que possui a mais importante coleção do gênero formada por um particular e que foi incorporada à USP em 2005.

Todos os docentes, alunos e funcionários da USP podem realizar empréstimos em qualquer Biblioteca utilizando apenas sua Carteira USP. Conheça as bibliotecas e serviços disponíveis em <http://www.usp.br/sibi>.

SELO

USP

XIV Semana de Recepção aos Calouros
DISQUE TROTE: 0800 012 10 90

PRO-G
PROFESSORIA DE GRADUAÇÃO



INSTITUTO DE
EDUCAÇÃO E ARTES
UNIVERSITÁRIAS

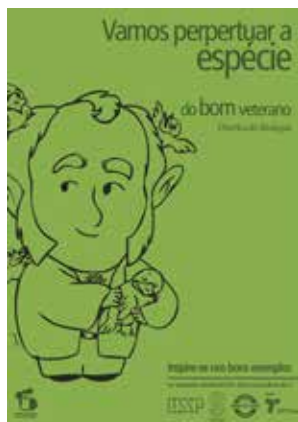
Compartilhe este postal
com seus amigos:



Tire suas dúvidas
<http://fms.mrecepcao2012>

2013

Inspire-se nos bons exemplos.



Ótima linha criativa. Os grandes nomes da ciência e das artes são lembrados aqui para passar mensagens positivas do melhor comportamento dos veteranos para recepcionar os calouros.

Com a frase-conceito "**Inspire-se nos bons exemplos**", Drummond de Andrade, Shakespeare, Newton e Darwin são referência para uma feliz recepção de calouros.

Cabe ressaltar e elogiar a qualidade das ilustrações, que usam a linguagem do cartum. Solução muito interessante como linguagem para se atingir o público de interesse.

No meio do caminho tinha uma pedra

Ajude seu calouro a encontrar
os caminhos da USP

Carlão das Letras



Inspire-se nos bons exemplos

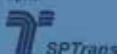
XV SEMANA DE RECEPÇÃO AOS CALOUROS 2013



USP



Aplice



2014

Todos Nós Juntos.



Uma das primeiras propostas *all type* (sem ilustração, só texto), mas com *layout* bem cuidado.

que orienta a criação: “**Todos Nós Juntos**”. Essas três palavras vão gerar os títulos dos cartazes.

E quando expostos em sequência, lado a lado, os três cartazes da campanha formam a frase

Outra frase importante para fechar a ideia é: “**porque juntos fazemos a diferença**”.

não basta
estarmos todos,
temos que ser

nós

todos nós juntos

**XVI semana de recepção
aos calouros 2014**

porque unidos fazemos a diferença



muito mais do que
sermos nós,
queremos estar

juntos

todos nós juntos

**XVI semana de recepção
aos calouros 2014**

porque unidos fazemos a diferença



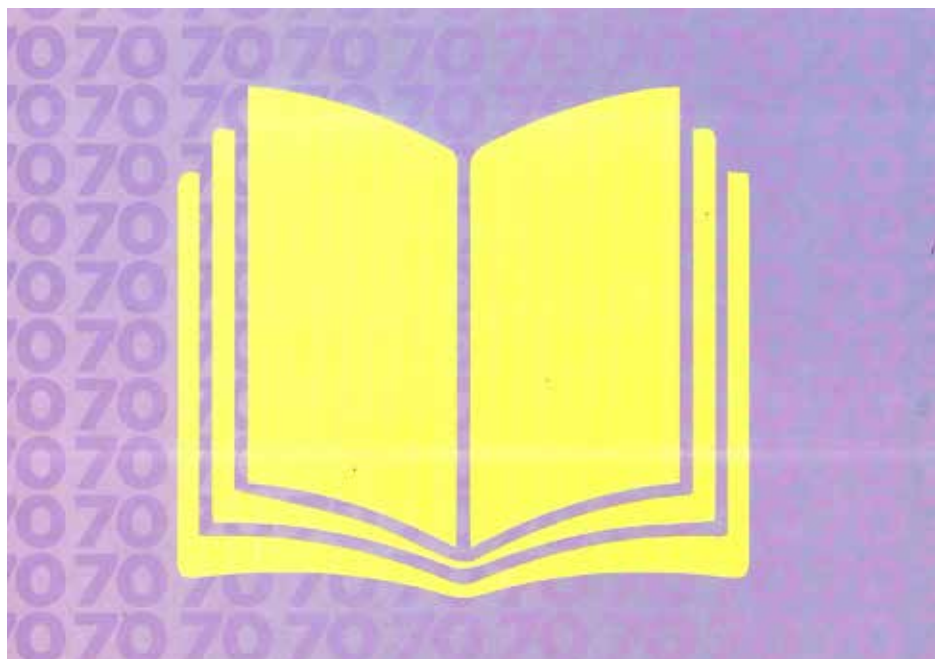
2015

Feliz veterano novo.



Um trabalho com bom resultado gráfico. Uma linha de postais com ótimas soluções de texto e imagem. Deve ser destacado o selo que assina todas as peças: "Feliz veterano novo".

As ilustrações icônicas e o espectro cromático utilizado nos postais e nos marcadores de página acabam dando unidade e valor à comunicação.



70

Com esse número de bibliotecas na USP, não vai faltar o que ler

Esta é só uma das vantagens de estudar na USP. Mas não se preocupe, você vai aprender todas tão bem que vai até ensinar para os outros no ano que vem.



XVII Semana de Recepção aos Calouros - 2015

DISQUE-TROTE: 0800 012 1090



Manual do Calouro:



USP
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO



PRÓ-REITORIA
DE GRADUAÇÃO

2016

É só uma parte do que a USP tem para mostrar. Agora você vai explorar, entender, descobrir muito mais.

**ISTO NÃO É
uma conjugação**

Quando eu passei na USP, foi a maior festa.
Quando tu passaste na praça do relógio, viestes os bismags?
Quando ele passou no CEFÉ, não deixou de entrar na piscina.
Quando nós passamos no sandelito, juntamos com nossos veteranos.
Quando nós passamos pela vetatória, estivemos na circular.
Quando eles passaram pela Adética, quiseram participar.

É só uma parte do que a USP
tem pra te mostrar.

**AGORA EXPLORE MUITO
VOCE VAI DESCOBRIR MUITO
MAIS**

**DISQUE-TROTE:
0800 012 1090**

USP Universidade de São Paulo
Pra Frente de São Paulo

Outra proposta *all type*, só texto, sem ilustração. Com linha criativa baseada nas matérias de cursinho e temas de prova da FUVEST, ainda recentes na memória dos alunos, a campanha tem o objetivo de mostrar o “tamanho” da Universidade de São Paulo.

O melhor exemplo para entender a proposta é o cartaz construído com as siglas das unidades da USP, no formato de uma tabela periódica.

Embaixo aparece sempre: “É só uma parte do que a USP tem para mostrar”.

E a assinatura de campanha, neste caso, teve um tratamento gráfico diferente, em que se pode ler:

“Agora você vai explorar, entender, descobrir muito mais”.

ISTO NÃO É uma tabela periódica

| | | | | | | | |
|--|---|--|---|---|--|--|--|
| | | | | | | | CERQUEIRA Centro de Pesquisas Aplicadas |
| | | | ECA Escola de Comunicações e Artes | P1/2/3 Fóruns da USP | IQSC Instituto de Química de São Carlos | FAP Fac. de Saúde Pública | |
| FEA Fac. de Engenharia, ADM e Contabilidade | FFLCH Fac. de Filosofia, Letras e Ciências Humanas | EESC Escola de Engenharia de São Carlos | FZEA Fac. de Zootecnia e Eng. de Alimentos | EEL Escola de Engenharia de Lorena | FOB Fac. de Odontologia de Baurão | MAC Museu de Arte Contemporânea | |
| IME Instituto de Matemática e Estatística | FAU Fac. de Arquitetura e Urbanismo | MZ Museu de Zoologia | BUSP Biblioteca da USP | ESALQ Esc. Sup. de Agricultura Escola de Química | SIBI Sistema Integrado de Bibliotecas | DMAP Laboratório da USP | |
| POLI Escola Politécnica | SanFran Faculdade de Direito | HU Hospital Universitário | MAE Museu de Arqueologia e Etnologia | FMRP Fac. de Medicina de Ribeirão Preto | EE Escola de Engenharia | MP Museu Paulista | |

É só uma parte do que a USP
tem pra te mostrar.

AGORA EXPLORAR MUITO
VOCÊ VAI ENTENDER
DESCOBRIR MAIS

XVIII Semana de Recepção aos Calouros - 2016

DISQUE-TROTE:
0800 012 1090

USP Universidade de São Paulo
Pró-Reitoria de Graduação

2017

Vamos comemorar juntos.



A partir do bom conceito **“Vamos comemorar juntos”**, a comunicação aconteceu com cartazes, postais, marcadores de página...

Vale ressaltar a boa direção de arte, inclusive na direção de imagens. Lembrando que as fotos foram produzidas pelos alunos.

Note-se também o competente *layout*, que sempre fica complicado com o uso de duas imagens independentes. Aqui, o corte nas fotos, que reforça uma atração visual, estabelece os dois lados de uma Recepção aos Calouros. O certo e o errado.

Bem-vindos calouros!



**Violência não é recepção
Ninguém pode obrigar um calouro
a fazer nada que ele não queira**

Se presenciar ato de **violência**, ligue para **0800 012 1090**

Vamos comemorar juntos



Cartão e Manual do Calouro
usp.br/manualdocalouro

XIX Semana de Recepção aos Calouros USP 2017

DISQUE TROTE
0800 012 1090



Universidade de São Paulo
Pró-Reitoria de Graduação



2018

Veterano, violência não se conjuga.

RESPEITO É BOM E

**Eu gosto
Tu gostas
Ela gosta
Nós gostamos
Vós gostais
Elas gostam
Todos gostam**

Seja qual for a pessoa, todos vivemos as mesmas coisas.
Veterano, violência não se conjuga.

DISQUE TROTE: 0800 012 1090

USP Universidade de São Paulo
Centro de Pesquisa em Cultura USP 2018

AJUDA É IMPORTANTE E

**Eu preciso
Tu precisas
Ela precisa
Nós precisamos
Vós precisais
Eles precisam
Todos precisam**

Seja qual for a pessoa, todos vivemos as mesmas coisas.
Veterano, violência não se conjuga.

DISQUE TROTE: 0800 012 1090

USP Universidade de São Paulo
Centro de Pesquisa em Cultura USP 2018

Outra proposta *all-type* (anúncio de jornal ou revista), cujo *layout* é sempre difícil.

Aqui, acabou ficando interessante, em função da proposta da conjugação de verbos que se relacionam com o bom comportamento que deve ser esperado dos veteranos.

Fechando a proposta da comunicação, a frase-conceito define todo o processo: “**Veterano, violência não se conjuga**”.

É importante observar a variação de cores de fundo dos cartazes. É uma prática que vem acontecendo há algum tempo, em vários anos do trabalho, e com bons resultados. Além do aspecto estético quando colocados próximos, a variação da cor distingue as mensagens.

DISQUE TROTE EXISTE E

**Eu denuncio
Tu denuncias
Ela denuncia
Nós denunciemos
Vós denunciais
Eles denunciam
Todos denunciam**

Seja qual for a pessoa, todos vivemos as mesmas coisas.
Veterano, violência não se conjuga.

DISQUE TROTE: 0800 012 1090



Confira o Manual do Calouros
usp.br/manualdecalouros

XX Semana de Recepção aos Calouros USP 2018



Universidade de São Paulo
Pró-Reitoria de Graduação

2019

Chega mais.



“Chega mais” foi o conceito criativo da campanha daquele ano. Um ótimo trabalho.

Essa proposta, com a liberdade do uso de uma expressão tão popular, é um sinal de que, já há algum tempo, os eventos que marcam a entrada de novos estudantes na Universidade de São Paulo têm acontecido de forma absolutamente tranquila.

Esse foi um ótimo trabalho, principalmente do ponto de vista da direção de arte.

Um “quase *all type*”, em que silhuetas de mãos, em segundo plano, dão graça e movimento às peças. E a mensagem “**Chega com a gente que juntos chegamos lá**” resgata, de forma inteligente e motivadora, trabalhos anteriores.

Por mais novo que seja tudo isso, a cada dia vai se tornar mais familiar e aos poucos você se torna parte de algo maior. Tudo começa na Semana de Recepção.

CHEGA COM A GENTE QUE JUNTOS CHEGAMOS LÁ.

che ga mais

DISQUE-TROTE
0800-0121090

Confira o Manual do Calouro:
usp.br/manualdocalouro

XXI Semana de Recepção aos Calouros USP 2019



Universidade de São Paulo
Pró-reitoria de Graduação

2020

Você faz parte de tudo isso.



Um dos aspectos que todo ano é colocado para os alunos é que esse trabalho não deve ser visto apenas como trabalho de uma disciplina, com o objetivo de uma aprovação na mesma.

Esse trabalho tem ainda um objetivo maior, o de realmente ser veiculado e orientar as boas práticas de recepção dos novos estudantes, que chegam no início de cada ano.

Assim, deve-se ter preocupação e responsabilidade com o uso de imagens pré-existentes, que não deve se chocar com regras de direitos autorais.

Sobre isso, este trabalho de 2020 teve as ilustrações criadas pela própria agência. Isso deve ser observado, em função do bom resultado apresentado nas peças da campanha.

E o conceito **“Você faz parte de tudo isso”** é muito interessante, porque coloca e integra o leitor da peça no mesmo espaço. Tanto o veterano como o calouro.

XXII Semana de Recepção aos Calouros USP 2020

A parte
sem o todo
não é parte.

**você faz
parte de
tudo isso.**



@calourosdausp2020
DISQUE-TROTE
0800-0121090



Universidade de São Paulo
Pró-Reitoria de Graduação

2021

A USP transforma você. VOCÊ transforma a USP.



Com o mesmo cuidado de outros anos em relação a direitos de imagem, em 2021 a técnica das ilustrações foi a colagem, que não infringe as leis e regras de direitos autorais estabelecidos.

E o resultado é interessante, como se pode ver nestes dois cartazes. Tudo acontece em torno do icônico relógio de concreto na Praça do Relógio.

E a técnica de integrar várias imagens, a colagem, tem também a missão de representar graficamente a diversidade, em todos os aspectos, presente na USP.

E essa nova fase na vida de um estudante, que se inicia na universidade é resumida no bom conceito: **"A USP transforma você. Você transforma a USP"**.

XXIII Semana de Recepção aos Calouros USP 2021

**A USP
TRANSFORMA
VOÇÊ
TRANSFORMA
A USP**

Disque-trote:
0800-012 10 90

USP
Universidade de São Paulo

2022

Essa é a nossa história. Agora, nossa história é sua também.



Nesta proposta, a estratégia de alterar a cor de fundo das peças deixa evidente o quanto isso é positivo. As peças se integram de forma natural ao momento feliz que é o ingresso do estudante numa universidade como a USP.

Em relação ao objetivo de comunicação, ao propor o conceito **"Essa é a nossa história. Agora ela é sua também"**, a comunicação está

colocando o calouro no seu novo espaço, ao mesmo tempo que mostra que a USP tem história. E ela é importante.

Para ilustrar essa história, a campanha mostra, com leveza, as construções icônicas dos campi da Universidade. Por fim, vale ressaltar o cuidado com uma boa direção de arte.

Semana de Recepção aos Calouros 2022

Estamos em um lugar que não só já foi cenário para muitos filmes e séries, mas também cria uma espetacular produção artística e histórica.

Essa é a nossa história.

Agora ela é sua também.



Universidade de São Paulo
Rua do Lagoa, 562
05508-900 São Paulo, SP

Av. Paulista, 1568-15
05508-900 São Paulo, SP

Semana de Recepção aos Calouros 2022

A atuação acadêmica garante a posição no ranking de melhor da América Latina, mas não se compare as experiências que vivemos aqui.

Essa é a nossa história.

Agora ela é sua também.



Universidade de São Paulo
Rua do Lagoa, 562
05508-900 São Paulo, SP

Av. Paulista, 1568-15
05508-900 São Paulo, SP

Semana de Recepção aos Calouros 2022

Agora,
nossa
história
é sua
também.



Universidade de São Paulo
Rua do Lagoa, 562
05508-900 São Paulo, SP



2023

O inesquecível começa agora.



Uma condição que sempre surge no momento do *briefing* para as “agências” da classe é colocar a Semana de Recepção como a celebração de um “rito de passagem”.

E a aprovação de um estudante no vestibular tem mesmo a função de um divisor de águas. Uma vida nova pela frente.

Sempre se escuta que esse é um momento inesquecível. Assim, a proposta que aconteceu este ano foi muito criativa, com mensagens do que será inesquecível para o calouro que vivencia a USP agora.

Finalizando com a ótima frase “**Bem-vindos ao inesquecível!**”.

SEMANA DE RECEPÇÃO AOS CALOUROS 2023

INESQUECÍVEL SERÁ EXPLORAR O CAMPUS DA SUA FACULDADE

BEM-VINDOS AO INESQUECÍVEL



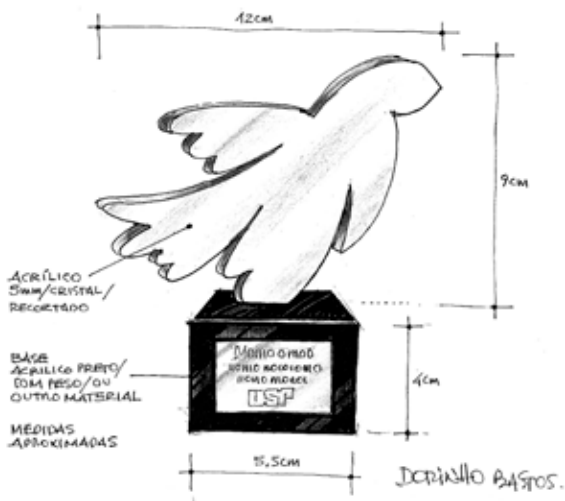
USP

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
PRÓ REITORIA DE GRADUAÇÃO**

**DISQUE TROTE:
0800 012 1090**



Premiação



Esboço do troféu "Recepção Legal",
elaborado pelo Prof. Heliodoro Bastos Junior.

Em 1998 foi instituída na Universidade de São Paulo a "Semana de Recepção aos Calouros" (SRC), com o objetivo de promover e estimular entre seus alunos valores humanistas, solidariedade e respeito. Durante a semana de recepção, as unidades/instituições e os seus respectivos centros acadêmicos elaboram programação especial para o acolhimento dos ingressantes na USP.

Anualmente, a Pró-Reitoria de Graduação da USP seleciona e premia as unidades/instituições e os seus centros acadêmicos que organizaram a melhor programação.

A unidade/instituição que obtém o 1º lugar recebe temporariamente uma escultura itinerante da artista plástica Carmela Gross, especialmente criada para simbolizar os princípios acadêmicos da universidade, que são difundidos durante a SRC: humanismo, excelência, universalismo e solidariedade.

Desde 2015, além da 1ª colocada, outras unidades/instituições também são premiadas com o troféu "Recepção Legal", de autoria de Heliodoro Bastos Junior (Prof. Dorinho), docente da Escola de Comunicações e Artes da USP, e com um diploma na forma de placa comemorativa.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

CARLOS GILBERTO CARLOTTI JUNIOR
REITOR

MARIA ARMINDA DO NASCIMENTO ARRUDA
VICE-REITORA

PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

ALUISIO AUGUSTO COTRIM SEGURADO
PRÓ-REITOR DE GRADUAÇÃO

MARCOS GARCIA NEIRA
PRÓ-REITOR ADJUNTO

FACULDADE DE MEDICINA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ELOISA SILVA DUTRA DE OLIVEIRA BONFÁ
DIRETORA

PAULO MANUEL PÊGO FERNANDES
VICE-DIRETOR

COMISSÃO DE CULTURA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA - FMUSP

CARLOS VICENTE SERRANO JUNIOR
PRESIDENTE

NAIR KATIA NEMR
VICE-PRESIDENTA

FÁBIO ROGÉRIO MARTINS
CHEFE DO SERVIÇO DE CULTURA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

MUSEU HISTÓRICO “PROF. CARLOS DA SILVA LACAZ” - FMUSP

ANDRÉ MOTA
COORDENADOR

GUSTAVO QUERODIA TARELOW
PESQUISADOR

CLEBISON NASCIMENTO DOS SANTOS
CONSERVADOR-RESTAURADOR DE BENS CULTURAIS

MARIA DAS GRAÇAS ALMEIDA ALVES
AUXILIAR ADMINISTRATIVO

EXPOSIÇÃO “25 ANOS DE CAMPANHAS DE RECEPÇÃO AOS CALOUROS”

CURADORIA

ANDRÉ MOTA

CLEBISON NASCIMENTO DOS SANTOS

HELIODORO TEIXEIRA BASTOS FILHO “PROF. DORINHO”

LUCIANA DELFINI DE CAMPOS

PESQUISA

LUCIANA DELFINI DE CAMPOS

CLEBISON NASCIMENTO DOS SANTOS

EXPOGRAFIA, PROGRAMAÇÃO VISUAL, PRODUÇÃO E CATÁLOGO

DÍNAMO DESIGN ALEXSANDRO SOUZA E RENATA SOLEDAD PEÑA

REVISÃO

ALESSANDRO BARRIVIERA

MATERIAL CENOGRÁFICO

PAPERCELL

IMPRESSÃO DE ADESIVOS CENOGRÁFICOS

GALPÃO 10

IMPRESSÃO CATÁLOGO

PIGMA

AGRADECIMENTOS

JACQUES MARCOVITCH PROFESSOR EMÉRITO DA FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (FEA USP), REITOR DA USP ENTRE 1997 E 2001.

AOS ALUNOS DE GRADUAÇÃO DA DISCIPLINA DO CURSO DE PUBLICIDADE

(PERÍODOS DIURNO E NOTURNO) QUE, DESDE 1999, É MINISTRADA PELO PROF. DR. DORINHO BASTOS, DA ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES – ECA. NO CURSO, AS EQUIPES (GRUPOS DE ESTUDANTES) CONSTITUEM-SE EM AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E APRESENTAM TRABALHOS DOS QUAIS UM SERÁ ESCOLHIDO COMO PARTE DA CAMPANHA PARA A RECEPÇÃO AOS NOVOS INGRESSANTES. A CADA ANO, A SEMANA DE RECEPÇÃO AOS CALOUROS (SRC) TRAZ A ASSINATURA DA EQUIPE VENCEDORA.

GT PRÓ-CALOURO DA PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO ARLINDO ORNELAS FIGUEIRA NETO, DIB KARAM JUNIOR, EDER CASSOLA MOLINA, MÁRCIA CARUSO BÍCEGO E OSWALDO CRIVELLO JÚNIOR (COMPOSIÇÃO ATUAL - GESTÃO 20022/23)

IMAGENS DOS ALUNOS

SEMANA DE RECEPÇÃO AOS CALOUROS

2011 USP IMAGENS

2012 CECÍLIA BASTOS, MARCOS SANTOS, JORNAL DA USP, USP IMAGENS

2014 MARCOS SANTOS, USP IMAGENS

2015 MARCOS SANTOS, USP IMAGENS

2016 MARCOS SANTOS, USP IMAGENS

2017 CAIO DE BENEDETTO, CECÍLIA BASTOS, LUENNE NERI, JORNAL DA USP, USP IMAGENS

2018 CAIO DE BENEDETTO, CECÍLIA BASTOS, USP IMAGENS

2019 CECÍLIA BASTOS, USP IMAGENS

2020 MARCOS SANTOS, USP IMAGENS

2023 GABI TORREZANI / ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA FMUSP, MARCOS SANTOS, USP IMAGENS



B M V

AUM

COMISSÃO
ANTI-OPRESSÃO
CAP

TEA

WCAI
WCAI WCAI
WCAI WCAI
WCAI WCAI
WCAI WCAI

WCAI
WCAI WCAI
WCAI WCAI
WCAI WCAI
WCAI WCAI



COMISSÃO
ANTI-OPRESSÃO
CAO

COMISSÃO
ANTI-OPRESSÃO

Minha
VOZ

INDASOS

USP



m useu
h istórico

Prof. Carlos da Silva Lacaz
FMUSP