Portfólio Co.De ESPM [1]

Amanda Azevedo [2]

Ricardo Maluf Gardolisnky [3]

Cátia Schuh [4]

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

RESUMO

Este trabalho relata o método e as técnicas utilizadas para desenvolver os projetos na Co.De – Comunicação & Design Jr., a agência experimental da Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre e como ela funciona. Iniciando pela origem da ESPM, passaremos pelo foco da agência, mostrando alguns trabalhos desenvolvidos para clientes comerciais e sociais, como ONG's.

PALAVRAS-CHAVE: portfólio; agência experimental; publicidade.

1. INTRODUÇÃO

A ESPM foi fundada em 1951 por um grupo de profissionais de propaganda. Embora nascida da propaganda, a ESPM evoluiu e incorporou o marketing. Essa evolução fez com que se tornasse referência como escola de negócios sem perder a alma criativa.

Prova disso é a Co.De ESPM. Ela funciona como local de experimentação para os estudantes e assim aprimorando-os através de sua metodologia de ensino: teoria e prática.

---

[1] Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria C 1.1 , Publicidade e Propaganda, modalidade processo, como representante da Região Sul

[2] Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: monitorjr@espm.br

[3] Estudante do 9º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email: code@espm.br

[4] Orientador do trabalho. Coordenador da Co.De. Professora do Curso Publicidade e Propaganda da ESPM, email:cschuh@espm.br

Assim, alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda e Design desenvolvem peças para clientes comerciais e sociais (ONG's), sob a orientação de professores das áreas de criação publicitária, atendimento e planejamento.

Por atender clientes reais, os alunos têm a oportunidade de vivenciar a realidade do mercado ainda no ambiente acadêmico. Os trabalhos são realizados em parceria com os outros núcleos da ESPM, como o Centro de Fotografia, o Núcleo de Áudio e Vídeo, Núcleo Web Jr. e o Estúdio 3D. Dessa forma, os estagiários experimentam a terceirização de tarefas, semelhante ao que acontece no mercado publicitário, tornando-se altamente qualificados.

O principal objetivo deste portfólio, referente ao ano de 2007, é mostrar os trabalhos realizados pela Co.De ESPM de Porto Alegre, nesse ambiente profissional.

2. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Os clientes da Co.De ESPM costumam chegar através de indicações por parte de outros clientes, professores da casa ou pelo núcleo ESPM Social que é o setor da ESPM que recebe e trabalha somente com clientes sociais, como ONG's. Já que não possui setor de criação, o núcleo ESPM Social encaminha os trabalhos recebidos para a área de atendimento da Co.De ESPM. A partir daí, a agência passa a se comunicar diretamente com o cliente.

Já no caso dos clientes comerciais, os estagiários de atendimento recebem pessoalmente os clientes. Nesse momento são recebidos os projetos que devem ser realizados. O atendimento faz o *briefing*, que segundo Bertomeu (2002) é o resumo do pedido de trabalho do cliente.

Após o briefing, todos os estagiários da agência se reúnem para fazer um brainstorm. Aramando Santanna (1998) define barainstorm como uma reunião de livre associação de idéias com objetivo de encontrar uma solução critiva ao problema de comunicação. Nessa reunião todos passam a conhecer o cliente, seu segmento, público-alvo e suas necessidades.

Após a definição da campanha, peças e mote criativo, é designada uma equipe de criação com um redator publicitário e um diretor de arte para a realização do trabalho.

Assim que os trabalhos são concluídos pelo setor de criação, retornam para o atendimento e em seguida são apresentados para o cliente. Após aprovados, caso não ocorra nenhum pedido de modificações, os trabalhos são enviados para o produtor gráfico e finalizados.

É importante salientar que todo o processo e desenvolvimento dos trabalhos da Co.De ESPM são devidamente monitorados e orientados pela coordenadora do núcleo e por professores especialistas em diversas áreas como redação publicitária, direção de arte, criação de logotipos, etc.

3. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Os trabalhos aqui apresentados, são uma pequena amostra do portfólio 2007 da Co.De ESPM. Isto porque, o ano de 2007 foi extremamente produtivo, resultando em diversas campanhas, tanto para clientes comerciais quanto para ONG´s e para a própria instituição ESPM. Mas para compor esta apresentação, formam selecionadas 15 peças e/ou campanhas que representam bem este esforço.

Os clientes e a descrição das peças desenvolvidas, serão mostrados separadamente.

Pothoff Pratas

A pequena loja de acessórios de prata já tinha um logotipo e uma idéia gráfica bem definida quando foi solicitada a criação de todo seu material de expediente, além de garantias e certificados.

Satisfeito com o trabalho, o cliente retornou à agência para oferecer uma nova oportunidade de trabalho, desta vez pedindo pela criação de uma série de cartões virtuais para enviar ao seu mailing de clientes.

Sendo a ação comunicativa direcionada ao público jovem, a Co.De criou um layout limpo e direto. As fotografias foram feitas no estúdio de fotos da ESPM sob a orientação da estagiária de direção de arte responsável pelo projeto.

Bioensaios

Cliente da Co.De em vários trabalhos, o laboratório de análises Bioensaios trouxe um desafio diferente: um anúncio para ser veiculado especificamente na Revista da Maçã – uma publicação especializada, voltada aos produtores de maçã.

A equipe de criação saiu dos anúncios formais sem perder a seriedade que o segmento e o público exigiam. Assim, surgiu um anúncio criativo, que brinca com a história da Branca de Neve e a maçã envenenada.

A ilustração é da própria equipe Co.De.

Work Telecom

Esta pequena empresa do segmento de informática precisava de dois folders para mostrar seus produtos e serviços.

A proposta da Co.De foi de materiais diferentes, mas que mantivessem uma identidade visual, criando assim, uma maior sincronia na comunicação.

As pesquisas com materiais de empresas concorrentes e/ou similares apontaram o caminho de materiais que mostram a tecnologia sem perder o lado humano. Por isto, a equipe Co.De criou layouts com linhas que unem a máquina às pessoas, fazendo uma interligação.

O Centro de Fotografia ESPM fez as fotos, baseado em referências fornecidas pelo diretor de arte do projeto.

Bloco Me Beija

A idéia do empresário do ramo de entretenimento era lançar um bloco de carnaval – a exemplo dos que existem no carnaval baiano – em Laguna, SC.

Para aprovação do projeto ele pediu a criação de uma identidade visual toda baseada em beijos, bocas e com muita cor. E a solução da criação foi estilizar o encontro das bocas numa idéia gráfica leve, jovem e muito alegre.

A mistura charmosa dos elementos e a sua composição renderam um material de divulgação bonito, aplicado às camisetas, canetas, chaveiros, bolsas, papelaria e até trio elétrico.

Viviane Guido

Como tudo que ela faz é artesanal, foi a própria assinatura da doceira Viviane Guido que a equipe de criação da Co.De tirou o arabesco que é o seu logotipo, e aplicou numa papelaria charmosa e elegante.

Para diminuir custos de impressão, o catálogo de doces da Vivi Guido, vai num CD Card personalizado, e o que a Co.De apresenta neste portfólio são as páginas, com a descrição preciosa dos doces.

O recurso dos closes nas imagens dos doces é amplamente explorado nas fotos do Centro de Fotografia ESPM, dirigidas pela equipe Co.De.

Semana Acadêmica

O tema da Semana Acadêmica 2007 da ESPM era ecologia e negócios. Para a campanha intitulada "A Ecologia Invadiu o Mundo dos Negócios", a Co.De trabalhou as plantas (ecologia) sempre em forma de gráficos (negócios), sugerindo crescimento para ambos.

Além de cartazes e flyers, algumas mídias alternativas foram criadas: os vasos de plantas da escola foram ensacados como se fossem sacos de dinheiro e o local de inscrição (computadores nos saguões) foram ambientados com um painel e folhagens artificiais.

Jogue Limpo I

A partir de um concurso publicitário interno, o 'Jogue Limpo', a Co.De aproveitou o tema da edição, a conscientização ecológica, para lançar uma campanha nas propriedades da ESPM, anunciando em lugares inusitados, como a pia do banheiro e o ar condicionado, tanto para informar o público do concurso como para alertar dos perigos do aquecimento global. Além destas ações, também foi realizado um ensaio fotográfico, que resultou em adesivagens nos elevadores.

Jogue Limpo II

O 'Jogue Limpo' também teve uma campanha direcionada para as escolas de 2º grau, convidando um público que ainda não está em idade acadêmica para participar do concurso, tendo a chance de desenvolver uma campanha publicitária ainda cedo.

Mês Design ESPM

Novembro é o mês do design e a ESPM resolveu entrar no espírito.

A campanha partiu do conceito de que design é mais do que se vê e pegou elementos característicos do design (embalagem, pictogramas, logotipo e tipografia)

arranjados numa campanha na qual poderia se olhar de duas maneiras: ao longe, percebendo a forma e de perto, percebendo os elementos diversos, as possibilidades e todos os estudos feitos para chegar nesta forma.

Empresa de RI

Antes de ganhar o nome Global Jr., a empresa do curso de relações internacionais promoveu um concurso entre os alunos para que estes pudessem criar um nome de empresa que identificasse o curso de RI.

Para a campanha ganhar simpatia, personagens bem humorados desenhados pelo ilustrador da equipe Co.De, representavam diferentes países e culturas. Os estereótipos e sua fala carregada de falso sotaque fizeram sucesso com o público interno, em cartazes, banners, urnas e e-mail marketing.

Clubes ESPM

Os clubes são atividades gratuitas em turno oposto para alunos ESPM que precisam ser divulgadas com data e horário. E a maneira que a Co.De achou para esta divulgação semestral foi a confecção de um banner gigante, onde cada clube aparece com um brasão próprio, inspirado nos clubes de futebol.

Para complementar, foram feitos cartazes individuais, todos eles em forma de flâmula, distribuídos pela escola. O sucesso da campanha foi tanto que tiveram alunos querendo levar as flâmulas para casa.

Cursos de Férias

Os cursos de extensão da ESPM acontecem nas férias, e tem em seu público não só alunos de graduação e pós, mas também muitos profissionais de mercado. Por isto, optou-se pela divulgação em diversos veículos, com uma comunicação caracterizada pelas cores leves e ilustrada pela ramificação de ícones do verão e dos negócios.

O resultado desta campanha foi que diversos profissionais de mercado vieram passar as férias nos cursos da ESPM.

1º Encontro de Juventude, Consumo e Educação

Evento de pesquisa, com painéis, palestras e debates, voltado ao público interno e externo da ESPM.

Os cartazes, CD's, certificados, pastas, anúncios, timbrados, envelopes e tudo mais que o evento necessitava foram feitos pela equipe Co.De. A opção foi não optar por uma campanha com apelo para as imagens tradicionais do tema, e sim criar uma identidade própria, que pudesse ser usada também nos anos seguintes. Desta forma, com as iniciais do encontro, a equipe criou um arabesco requintado e *clean* ao mesmo tempo, que agradou o público do evento.

Pilhe-se

Campanha interna da ESPM para recolhimento e correto descarte de pilhas. Ilustrado pela própria Co.De, o coelho símbolo da campanha é inspirado num antigo personagem de campanha de pilhas.

Os textos deixam o tema leve, brincando com a idéia de recarregar as baterias.

NUPP

O NUPP – Núcleo de Pesquisa e Publicação é o núcleo de incentivo para professores da ESPM. Anualmente é feita uma campanha para chamar projetos que serão financiados pela escola.

Para 2007, a idéia foi de incentivar esta inscrição apelando para o orgulho que os professores teriam ao serem usados como fontes para pesquisa e referências de produção de conhecimento. Por isto foram feitos flyers individuais, personalizados e distribuídos para os professores para que cada um recebesse um flyer com seu nome na capa do livro que ilustra o material.

Para complementar, cartazes muito estreitos simulavam livros na vertical, e foram distribuídos em locais estratégicos da escola, como as estantes da biblioteca.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BERTOMEU, João Vicente Cegatto. **Criação na Propaganda Impressa**. São Paulo, Futura, 2002.

SANTANNA, Armando. **Propaganda Teoria Técnica e Prática**. São Paulo, Pioneira 1998.