



Publicidade IPA: Tudo o que é genial precisa de um cenário¹

Vinicius Ribeiro RODRIGUES²
Douglas Mac Farland NETO³
Gabriele Silva WOBETO⁴
Cláudia Bromirski TRINDADE⁵

Centro Universitário Metodista do Sul – IPA, Porto Alegre/RS

RESUMO

O presente trabalho descreve como foi desenvolvido o *jingle* criado nas cadeiras de Redação Publicitária II e Produção de Áudio do Centro Universitário Metodista do Sul – IPA. Por meio de estudos e pesquisas, foi produzida uma mensagem musicada de propaganda, com um objetivo ousado: causar a mudança de atitude em relação ao curso de comunicação que a instituição de ensino oferece. Muito mais que uma música, foi desenvolvida uma linha conceitual que sustenta o novo plano de marketing do curso e conecta o curso, não só ao mercado, mas ao verdadeiro espírito publicitário.

PALAVRAS-CHAVE: *jingle*; publicidade; IPA; criatividade.

INTRODUÇÃO

Música é o alimento da alma. E do publicitário também! Por que não formalizar esta relação de uma maneira inovadora? Essa é a proposta do *jingle* “Tudo o que é genial precisa de um cenário”.

O curso de Publicidade e Propaganda com Ênfase em Marketing, do Centro Universitário Metodista do Sul – IPA é relativamente novo. Situado em Porto Alegre no Rio Grande do Sul, formou sua primeira turma no ano de 2008. Com pouca divulgação entre profissionais e interessados da área, apesar de seu excelente prestígio dentro do mercado de trabalho e concursos universitários locais, o IPA percebeu a necessidade de promover sua graduação em propaganda por meio de uma campanha publicitária que atendesse seus novos anseios: tornar-se referência para estudantes e profissionais.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade *Jingle* avulso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: designer.vinicius@gmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: douglas.escoces@gmail.com.

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda email: gabiwobeto@hotmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: claudia.trindade@metodistasul.edu.br.



“Estratégias criativas. Projetos inovadores”. Esse foi o *slogan* criado para o novo posicionamento do curso de publicidade e propaganda do Centro Universitário Metodista do Sul – IPA. Com o intuito de agregar novos alunos para a instituição e foco na busca por jovens criativos, que estivessem interessados em uma graduação com conceitos mais amplos do que o marketing tradicional – estático – oferece, o IPA lançou um desafio para alunos das cadeiras de Redação Publicitária II e Produção de áudio: criar um *jingle* de 30 segundos que refletisse o espírito desse novo posicionamento institucional.

OBJETIVO

Este trabalho foi elaborado durante as aulas de Redação Publicitária II, em conjunto com as aulas de Produção em Áudio, do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Metodista do Sul – IPA.

Iniciando uma fase de transformação, o curso de publicidade e propaganda do IPA, busca, através deste projeto, captar o interesse de novos alunos e divulgar a qualidade de graduação na área da comunicação social. Apesar de relativamente recente, o curso de publicidade e propaganda do IPA tem participação ativa em congressos e concursos da área e nesta fase, em que busca fortalecer seus pilares no mercado, surge a necessidade de mostrar-se com mais força ao seu target.

O objetivo comunicacional desta campanha é captar e despertar o interesse de novos alunos pelo curso de publicidade e propaganda do IPA. A finalidade é agregar alunos que queiram uma graduação diferenciada de outras, mais tradicionais. Por possuir ênfase em marketing, o curso de publicidade e propaganda do IPA proporciona ao estudante uma visão mais ampla sobre o mercado e suas tendências. Nesta nova fase do curso, o Centro Universitário Metodista do Sul IPA busca atingir a maturidade acadêmica - transgride o posicionamento passivo de seu curso de publicidade e propaganda e aponta necessidade de abandonar a ideia de ser apenas uma opção frente a outras universidades.

JUSTIFICATIVA

Como tornar apenas 30 segundos de música e voz um transformador de mudança de atitude em relação ao curso de publicidade de uma instituição? Esta foi a maior questão do projeto. “Tudo o que é genial precisa de um cenário”: eis a solução encontrada para o problema de comunicação do IPA. Neste conceito, a palavra “genial” toma um sentido amplo,



geniais são os alunos e o cenário para isso, é o IPA. Imagine um ator sem cenário, um cientista sem laboratório ou um pintor sem seu estúdio. Toda grande obra precisa de um ambiente propício, que favoreça seu pleno desenvolvimento. O Centro Universitário Metodista do Sul é o lugar adequado para os criativos da propaganda, o “cenário”.

Sintetizar esses anseios de forma objetiva foi o foco do trabalho e necessitou de intenso estudo e pesquisa. Desde o início, este projeto foi realizado para que o produto final refletisse exatamente os preceitos do *briefing*. Portanto, o *jingle* precisava ser, acima de tudo, criativo e inovador, como prevê o *slogan*. Só assim, passaria a mensagem apropriada. Para isso, ritmos, tendências, e experimentos musicais de diversas vertentes do passado e do presente foram pesquisados. Mas, para ter o alcance necessário e alcançar o objetivo principal, o conteúdo da letra deveria falar a língua do público-alvo, mergulhar no seu mundo e alcançar estreita identificação com o *target*, sem, é claro, se aprofundar em expressões e gírias de uso exclusivo do meio publicitário. Desta forma, foi desenvolvida e concebida, nas aulas de Redação Publicitária II, uma letra viva e dinâmica, que passa a ideia de constante movimento, reflexo do perfil do profissional da área. Com diversos simbolismos e duplo-sentidos, o texto narra as impressões de um aluno cheio de expectativas, descobrindo a si mesmo e a sua vocação pela carreira publicitária. Segue abaixo a composição desenvolvida para o *jingle*.

Um dia decidi que queria criar

(Na) publicidade e propaganda,

Inovar

As ideias são uma arte,

O espelho é o vídeo

Minha tendência é transformar,

Desenhar o meu destino!

Tudo o que é genial precisa de um (publicitário) – cenário

Sem medir palavras e utilizando artifícios da semiótica, simbolismos e analogias, a letra deixa clara a intenção de se apropriar da linguagem publicitária, aproximando-se do público-alvo. Seu tom, nada passivo, reforça a proposta de interagir com o ouvinte, buscando uma espécie de reflexão sobre a sua vocação. Apropriando-se das palavras marcantes do *slogan* (criar e inovar), esta redação as cita já nas primeiras linhas, dando evidência e reforçando o conceito do posicionamento estratégico. Na sequência, a letra discorre sobre a



importância do “misterioso” conceito de ideia na carreira de comunicação, fazendo referência à presença constante da arte na vida dos criativos, não só como um banco de pesquisa, mas como sendo, a criatividade, uma característica inerente aos artistas.

A próxima frase que diz, “o espelho é o vídeo”, traz consigo um conteúdo semiótico profundo. Em um primeiro nível, reconhecemos o espelho, naturalmente, como um reflexo de nós mesmos, ou de outros objetos. Mas, a partir do momento em que o expectador é defrontado com a afirmação de que o espelho, na verdade, é o vídeo, o significado da frase aprofunda-se em um sentido mais complexo. O vídeo passa a ser a imagem do espelho, o reflexo. Essa reflexão inconsciente causada no expectador, toca na questão da conhecida vaidade do artista e do publicitário. O vídeo seria seu reflexo, ou seja, o produto de sua obra / criação, midiaticizada. Seria a sua própria imagem, seu próprio ser.

Estar por dentro das tendências é o objetivo de todo profissional da área de comunicação. Mas, neste ponto em que chega a composição, a letra é imperativa e diz que o publicitário é quem dita as tendências e pode transformar, desenhar (artifício da profissão) seu próprio destino.

Para completar o sentido semiótico, foram escolhidos dois cantores para executar a gravação do *jingle*. A música traz um ritmo exótico, não só para chamar a atenção, mas para trazer à tona a questão do desafio e da inovação. As duas vozes que cantam a letra na cadência de uma espécie de Polka se desencontram em certos momentos da música. Enquanto uma voz canta uma frase da letra, a outra exclama a frase anterior. Essa dualidade faz alusão à famosa dupla de criação, que, apesar de divergir em certos momentos, se unem encontrando a solução. No final, as vozes convergem para o mesmo sentido e, em plena harmonia, assinam o mote e o *slogan* da campanha, fazendo uma pequena brincadeira com a atribuição da palavra “genial”.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a produção do *jingle*, além de lápis, pesquisa e muitos brainstorms, foi utilizado o software de edição de som CoolBase. Além disso, uma trilha sonora específica foi composta para o *jingle*, no software Guitar-Pro, com arranjo de Felipe Ribeiro Rodrigues.

Segue a lauda utilizada para a gravação do *jingle*:



	SPOT 30' CLIENTE: Centro Universitário Metodista – IPA. TÍTULO: Tudo o que é genial precisa de um cenário. VOZ / LOCUÇÃO: 2 Vozes masculinas, 19/20 anos, divertidas.
TÉC.	Trilha composta, “Polka”, em BG.
VOZ	Um dia decidi que queria criar (Na) Publicidade e Propaganda Inovar As idéias são uma arte O espelho é o vídeo Minha tendência é transformar Desenhar o meu destino
LOC.	Tudo o que é genial precisa de um cenário. Publicidade IPA: Estratégias Criativas. Projetos Inovadores.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O *jingle* foi totalmente gravado, produzido e mixado no estúdio de produção de áudio do Centro Universitário Metodista do Sul – IPA, em Porto Alegre / RS. A gravação foi realizada no sistema digital, em estúdio com isolamento acústico. A música foi criada digitalmente. A gravação das vozes se deu de forma simultânea, para que se alcançasse o resultado orgânico almejado.

CONSIDERAÇÕES

O curso de publicidade e propaganda do IPA assume, a partir desta campanha, um novo posicionamento: ser cada vez mais atuante no mercado. A nova proposta busca ganho



institucional por meio da identificação com o talento de seus alunos, um diferencial que torna o curso uma referência entre seus concorrentes.

Ao finalizarmos este projeto, recebemos com grande honra a possibilidade de nos tornarmos peças atuantes deste reposicionamento. O feedback recebido de professores e profissionais da área a respeito deste *jingle* nos deixa muito satisfeitos. A linha conceitual e a essência criativa buscam atingir com maestria os objetivos da campanha. Um projeto que procura inovar, concebido estrategicamente em seus mínimos detalhes, reflete a tendência ousada assumida pela instituição de ensino.

O *jingle* “Tudo o que é genial precisa de um cenário”, traduz o novo conceito do curso, mostra que a graduação de publicidade e propaganda do IPA é, em sua essência, a criatividade de seus alunos. Esta nova ideia mercadológica propõe uma inversão de valores. No IPA, o curso assume a essência de seu aluno e deixando-o livre para exercer seus talentos.