



1. **Portfólio Co.De**

2. Autoria: Kamylla R. Cason e equipe

Professor Orientador: Rodrigo Valente e Cátia Schuh

Instituição de Ensino Superior: ESPM – RS

3. Resumo: O presente trabalho faz uma apresentação do portfólio da agência experimental Co.De (Comunicação e Design Jr) da ESPM - RS. Relacionaremos aqui a metodologia de trabalho empregada nesta unidade júnior, os objetivos e justificativas, relacionando peças e suas defesas.

4. Palavras-chave: portfólio, agência experimental, criatividade.

5. *Introdução e apresentação*

A Co.De – Comunicação e Design Júnior ESPM – é a agência Experimental da ESPM-RS. Formada exclusivamente por alunos da graduação dos cursos de Publicidade de Propaganda e Design, a Co.De funciona todas as tardes, num sistema muito próximo ao funcionamento de uma agência de mercado, onde alunos se dividem nas tarefas de atendimento, criação (redação e direção de arte) e produção gráfica, coordenados pelo professor Rodrigo Valente e supervisionados por uma equipe multidisciplinar de professores da escola. O resultado desse trabalho é um bonito portfólio que apresentaremos aqui.

Objetivos, justificativa e métodos de trabalho da Co.De

Criada em 1951, numa reunião de profissionais de mercado, a ESPM conserva ao longo dos anos um forte vínculo com a realidade e com as práticas do mercado publicitário (SIMÕES, 2006). Por isso, ao criar sua agência experimental, a Co.De – Comunicação e Design Júnior, a escola optou por manter essa estreita ligação com a realidade de mercado através da escolha de seus clientes. Por isto, a Co.De atende somente clientes reais: parte da comunicação interna da própria instituição, especialmente os outros núcleos juniores da ESPM; ONGS e entidades de cunho social, filantrópico ou cultural e também pequenos clientes comerciais, que procuram a Co.De



para trabalhos eventuais. Mas há o cuidado para não configurar concorrência com as agências de mercado.

Como referimos anteriormente, a metodologia de trabalho da Co.De é muito próxima a de uma agência real, com o diferencial de ser formada totalmente por alunos supervisionados por professores. Nessa agência experimental, temos alunos na função de Atendimento – que é o contato entre a Co.De e o anunciante; na função de Produção Gráfica – aluno responsável pela finalização dos materiais e orçamento; e também na Criação, composta por redatores e diretores de arte, é neste espaço onde as peças são efetivamente criadas. Devido à raridade de peças veiculadas em meios de comunicação tradicionais, como revistas, jornais ou rádio, a Co.De não tem o departamento de mídia, e, na eventualidade de uma veiculação dessa natureza, esta é feita ou pelo próprio cliente ou pela agência que atende a conta ESPM.

Na rotina da Co.De, um trabalho entra via atendimento que prepara um *briefing* para criação e produção. Segundo Bertomeu (2002, p. 30) o *briefing* é a um documento que deve conter um resumo das “informações de uma empresa (...) relevantes e adequadas à atividade que está sendo destinado.”. De posse deste *briefing*, criação e atendimento reúnem-se para uma tarefa de planejamento das estratégias criativas. Em muitos casos, como a Co.De trabalha pouco a inserção na mídia tradicional, o Produtor Gráfico também faz parte dessa reunião, na qual colabora com seu conhecimento de materiais alternativos e custos baixos para uma publicidade criativa e eficiente.

Chamamos atenção para esse ponto, pois, como referido, a agência experimental trabalha apenas pequenos clientes, com verbas quase sempre muito pequenas também. Dessa forma, trabalhar atendimento, criação e produção de forma integrada tem rendido bons frutos, pois, “além de ser criativa, toda propaganda deve ser eficaz. Portanto, toda criação não pode prescindir de um bom planejamento.” (SANTOS, 2005, p. 78).

Feita essa observação, retomamos a metodologia de trabalho da Co.De, pois, após a definição das estratégias criativas, a criação – direção de arte e redação – passam para a elaboração das peças propriamente ditas, que, após criadas, são apresentadas pelo atendimento para o cliente para que este faça suas alterações. Após, o anúncio alterado e aprovado, as peças são finalizadas e orçadas pelo produtor gráfico.

Este formato de trabalho tem dado certo ao longo dos anos, profissionalizando alunos através do contato com situações e problemas de comunicação reais. Por isso, ao



final do estágio na Co.De (o que, por regra do núcleo, não pode ultrapassar um ano) os alunos da Co.De saem direto para agências, como Matriz, Competence, Integrada, Global Comm, DCS entre outras.

Isso acontece porque com os trabalhos feitos durante seu estágio na agência experimental, o aluno cria um portfólio pessoal com peças variadas e interessantes. Além disso, a orientação e supervisão de professores garantem que o trabalho vá tornando-se cada vez mais profissional. Já cientes disso, são as próprias agências que procuram a Co.De solicitando indicações de estágio.

Outro ponto forte dessa sistemática de trabalho é o grande volume e variedade de peças, o que garante ao aluno muitas experiências e ritmo de trabalho. Por isso, as peças selecionadas para esta mostra são apenas algumas extraídas do portfólio da Co.De no ano de 2009.

MADRUGADA CRIATIVA

Todos os anos a ESPM promove um evento chamado Madrugada Criativa. Esse evento constitui uma competição na qual equipes competem entre si criando uma campanha para um cliente real durante uma madrugada inteira, sem parar. Em 2009, o cliente foi a dupla Gre-Nal, representada por suas agências e departamento de comunicação.

Pensando nisto a Co.De desenvolveu cartaz, banner, camiseta de *staff*, *flyer* e *wallpaper* unindo termos do futebol com a proposta da Madrugada (cujo logo é um galo em frente à lua). Até mesmo este foi modificado, sendo acrescentada uma bola e substituindo a cor original pelo vermelho e azul, numa referência ao Grêmio e ao Inter.

RESIDENCIAL DOM HERNESTO

A Co.De trabalha em parceria com outros núcleos juniores da ESPM, como a Empresa Jr., que encaminhou a Construtora Tima, após ter feito o plano de comunicação para ela. Segundo a Empresa Jr., a Tima necessitava fazer um folder de lançamento de seu novo residencial, intitulado Dom Hernesto.

Após pesquisar livretos e folders de empreendimentos semelhantes, a equipe traçou seu plano de ação: como o empreendimento está localizado no Bairro Moinhos de Vento, o símbolo do residencial traz um moinho de vento feito em desenho, o que,



por um lado, remete ao projeto arquitetônico (feito em lápis, rascunhado à mão livre), ao mesmo tempo que confere um ar jovial, pois o público-alvo é jovem.

Com fotos e plantas fornecidas pelo próprio cliente, o livreto de 8 páginas traz texturas que remetem ao reciclado, pois o prédio tem preocupações ecológicas.

ÁGUA LIMPA

Procurada ainda em 2008 pela Fundação Gisele Bündchen, este é um dos trabalhos sociais que a Co.De fez em parceria com a Empresa Jr da ESPM. Após a elaboração de um plano de comunicação para o Projeto Água Limpa – que visa limpar a nascente dos rios de Horizontina – a agência experimental criou um folder para distribuição entre os comerciantes e empresários da cidade, além de um convite para o lançamento local do projeto e placas para estrada.

2º FESTIVAL DE CAMPANHAS ESPM

O Festival de Campanhas é um evento nacional da ESPM, no qual duplas de 1º a 4º semestre das unidades RS, RJ e SP competem entre si para classificarem a final nacional, evento que em 2009 aconteceu em Porto Alegre. Nesse concurso, a dupla vencedora levou para casa dois notebooks da *Apple*. Mas, para vencer as etapas e chegar até lá, tinha que ser mesmo louco por criação. Com este mote, a Co.De criou uma campanha baseada em tatuagens: modelos tatuados com ícones de *softwares* gráficos; criação de cartaz, banner, *wallpaper* e mídia alternativa para a divulgação do evento.

NÚCLEO INCUBADORA ESPM

Outra característica da ESPM é o estímulo ao empreendedorismo, pois muitos alunos que saem daqui pensam em abrir suas próprias empresas, agências, estúdios. Sendo assim, em 2009 foi criada a Incubadora ESPM. Para divulgar esse núcleo que prepara e auxilia os novos gestores, a Co.De criou uma campanha de cartazes *all type* com frases marcadas pelo efeito do duplo sentido, colados em pontos específicos como o estacionamento da escola (“ Descubra a diferença entre procurar uma vaga e abrir uma vaga”) e também nas portas das salas (“A diferença entre abrir portas e ser uma delas”)



SIMONE AZEVEDO

A arquiteta Simone de Azevedo procurou a Co.De para fazer seu material de Identidade Visual. A sugestão da cor veio da própria arquiteta e foi apenas adequada pela equipe para um tom harmônico ao projeto.

O logotipo de Simone de Azevedo nasce da junção de um desenho que é a supersimplificação de um dos projetos preferidos da própria arquiteta com o seu nome, equilibrado sobre uma leve curva que sugere o traço feito à mão. A Co.De aplicou o logo sobre pasta, selo, adesivo, CD, cartão de visitas, envelopes e papel timbrado.

UNIMED

Atualmente a agência Matriz tem a conta da Unimed, mas cada unidade regional tem liberdade para criar materiais específicos, desde que seguindo as normas institucionais. Assim a Unimed Região da Produção procurou a Co.De solicitando a criação de um folder institucional. O desafio era unir as solicitações específicas daquela Unimed à identidade corporativa, às imagens pré-definidas pela agência (fornecidas pelo cliente) mantendo a linha de comunicação institucional.

ECOMOINHOS

A empresa de diagnóstico por imagem ECOMOINHOS procurou a Co.De para elaborar um *folder* e um *banner* com o objetivo específico de divulgar a Ecografia em 3 D – técnica que permite a visualização tridimensional do bebê. Tendo como público-alvo gestantes e futuros pais, o material é carregado de ternura e afetividade, usando cores pastéis e linguagem altamente emocional, sem perder-se da descrição tecnológica.

SENAC - 1ª JORNADA DE PREVENÇÃO A ACIDENTES DE TRABALHO

O SENAC Gravataí solicitou a criação de camiseta, adesivo, cartaz e folder para divulgar o projeto. Com um público muito amplo (desde empresários até trabalhadores e profissionais de saúde) o logo criado pela Co.De une diferentes profissionais em uma versão leve e colorida que resultou em belas peças.

VIVA GASÔMETRO



A atuante ONG coordenada por Jaqueline Sanchotene busca revitalizar a região da Usina do Gasômetro, um dos cartões postais da capital gaúcha. Através de acordos e parcerias com moradores locais, prefeitura e moradores de rua, a ONG faz exposições de filmes ao ar livre, atividades culturais e busca agora tornar-se sustentável. Para isso, solicitou à Co.De uma nova identidade visual, que não deveria ser associada à imagem do Gasômetro em si, mas a algo que trouxesse vida, arte, cor... A solução encontrada pela Co.De foi animada pelo Núcleo de Áudio e vídeo da ESPM para ser usada como vinheta, além de virar aplicação nos produtos da ONG.

DESIGN TRENDS

Em setembro 2009 a ESPM promoveu o Design Trends – um ciclo de palestras voltada a profissionais e alunos de Design. Para chamar atenção desse público exigente e criativo, nada melhor do que um design mais elaborado e cores muito vivas. O resultado é uma composição inusitada de formas e cores que fez muito sucesso na elaboração de logo, *banner* e cartaz para o evento.

TRAJE SOCIAL

Todos os anos acontece na ESPM uma campanha chamada Traje Social: uma turma de alunos na disciplina de Produção Gráfica cria estampas, faz serigrafia das mesmas em camisetas doadas pela GANG e após vende para outros alunos essas peças exclusivas. A campanha de divulgação do conhecido projeto fica por conta da Co.De, que já criou o nome e o logo em anos anteriores, e em 2009 fez uma campanha diferente, usando exatamente as camisetas como forma de divulgação.

Complementando o material, e-mail marketing e wallpaper feitos pela Web ESPM, além de cartazes feitos pela Co.De.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTOMEU, João Vicente Cegato. *Criação na propaganda impressa*. São Paulo: Futura. 2002.

SANTOS, Gilmar. *Princípios da Publicidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005



SIMÕES, Roberto. *A propaganda no Brasil: evolução histórica*. São Paulo: ESPM, 2006