

O MAPA CRIATIVO DA PUBLICIDADE EM SANTA MARIA - RS

Priscilla Inês Pellenz **Eich**ⁱ
Renata Patrícia Corrêa **Coutinho**ⁱⁱ

Quem sou?

Sou o Mapa Criativo da Publicidade em Santa Maria - RS, material em formato e-book que apresenta trajetórias possíveis que estudantes e profissionais da propaganda poderão realizar em Santa Maria, estado do Rio Grande do Sul – cidade localizada a 291 quilômetros da capital, Porto Alegre.

Santa Maria é escolha de muitos profissionais da área e possui dois cursos presenciais de graduação em Publicidade e Propaganda, os quais formam aproximadamente a cada ano, cerca de 70 novos(as) publicitários(as)ⁱⁱⁱ.

Considerando que o(a) profissional de publicidade e propaganda tem muitos desafios durante sua jornada, apresento uma sugestão de percurso a partir de cinco rotas possíveis: 1) agências de propaganda, 2) empresas que possuem setor comunicacional ou de marketing, 3) autonomia profissional, 4) educação (por seu aspecto de formação continuada) e 5) fornecedores gráficos e produtoras audiovisuais.

Através do mapeamento de agências, empresas e profissionais autônomos(as) da propaganda, fui criado com o intuito de prover mais conhecimento acerca da área aos indivíduos que possuem interesse nesse setor criativo em âmbito local, para auxiliá-los a identificarem oportunidades de inserção no mercado das indústrias criativas.

Qual meu desafio?

O desafio começa ao percorrer alguns dos caminhos publicitários santa-marienses, na perspectiva de um viajante que precisa reunir informações sobre trajetos possíveis, os quais poderão auxiliar na decisão acerca da rota profissional a ser traçada.

A viagem tem início com um levantamento inicial realizado junto ao Conselho Executivo de Normas-Padrão (CENP), a fim de descobrir as agências de propaganda registradas. Devido à insuficiência de dados, a viagem prossegue pela *web* com o objetivo de realizar o reconhecimento das agências em atuação.

Durante o percurso, o contato pessoal foi um dos modos encontrados para a busca de informações junto aos profissionais da publicidade da cidade de Santa Maria, para a identificação dos setores de comunicação e marketing das empresas estabelecidas na localidade, assim como para a localização dos(as) profissionais autônomos(as) ligados(as) ao setor.

Uma vez identificados os setores e profissionais, o desafio encaminhou-se para a realização de pesquisas que pudessem aprofundar o conhecimento sobre o perfil das empresas e profissionais atuantes. A partir dos resultados obtidos, o desafio restringiu-se a um modo de reunir os dados, visibilizando-os por meio do Mapa Criativo da Publicidade.

O que fiz?

Pesquisas exploratória, bibliográfica e de campo

Antes de iniciar o trajeto, anteriormente à produção do Mapa Criativo, realizei pesquisas^{iv} com a finalidade de (re)conhecer o campo publicitário da cidade. Durante a realização da pesquisa exploratória, descobri várias agências de publicidade santa-marienses, empresas com setor comunicacional, fornecedores gráficos, instituições de ensino e profissionais autônomos(as) que residem no local. Para obter os dados, optei por uma jornada de descobertas que incluiu três trechos: busca na web, redes sociais e ligações telefônicas.

Na pesquisa bibliográfica identifiquei a inexistência de estudos acerca das indústrias criativas santa-marienses, incluindo nessa escassez o campo específico do setor publicitário. Nessa fase, foram identificados relatórios em nível nacional: Relatório de Economia Criativa da Conferência das Nações Unidas pelo Desenvolvimento (UNCTAD), o mapeamento da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) e o Atlas econômico da cultura brasileira^v. Já em nível estadual, encontrei o estudo da Fundação de Economia e Estatística (FEE) de Porto Alegre^{vi}.

Para a imersão nesse ambiente profissional, realizei questionários *online* que serviram para conhecer mais a realidade publicitária local. A pesquisa, em primeiro momento, serviu para compreender o funcionamento das agências e empresas com setor comunicacional da cidade. Para isso, elaborei um formulário que foi endereçado às empresas entre os meses de julho a outubro de 2018, sendo que os contatos foram feitos previamente por meio das redes sociais, por e-mails e por telefonemas. No total, das 30 agências de propaganda identificadas, 20 retornaram com as respostas.

Para as empresas com setor comunicacional ou de marketing localizadas, foi endereçada a mesma pesquisa, mantendo as questões elaboradas para as agências de propaganda. Foram encontradas 16 empresas com, no mínimo, três colaboradores(as) nesse setor, das quais somente dez empresas retornaram o contato com suas respostas.

As perguntas enviadas tratavam questões como ano de fundação (da agência ou setor comunicacional), cargos existentes, horário de trabalho, número de colaboradores(as) (da agência ou setor comunicacional) e gênero dos(as) profissionais.

Como forma de contemplar o percurso autônomo, a pesquisa buscou captar o modo de funcionamento desse trabalho em Santa Maria - RS, através de perguntas que pudessem delinear o perfil publicitário autônomo da cidade. O formulário foi divulgado junto a grupos específicos do Facebook, como grupo de Comunicação Social da UFSM, Publicidade e Propaganda da UFN e, também foi enviado via *chat* para profissionais já conhecidos(as) pela pesquisadora.

A divulgação do formulário ocorreu entre os meses de setembro e outubro, tendo no total 25 respostas. As questões procuravam identificar informações como: sexo, idade, período de atuação como profissional autônomo(a), carga horária semanal de trabalho, razões de escolha e avaliação (satisfação) sobre o modo autônomo de trabalho, serviço(s) prestado(s) e modos de divulgação do trabalho prestado.

Elaboração do Mapa Criativo da Publicidade

O conceito criativo para a construção gráfica do Mapa esteve baseado no tema viagem, o qual orientou a criação dos textos – diagramados através do programa editorial Adobe InDesign – e

os elementos visuais utilizados – elaborados por meio do programa de edição vetorial CorelDraw.

A marca do projeto foi criada pelo uso da fonte tipográfica “Square721 BT”, com alternância entre os tamanhos para que a configuração final do título fosse apresentada em três linhas, conforme figura 01.

O símbolo utilizado traz o ponto de localização com a lâmpada ligada em destaque, para reforçar o conceito de construção de ideias, além de que traços ligam a figura ao início da tipografia, representando um percurso. Os ícones usados na constituição do Mapa estão disponibilizados no site de vetores gráficos gratuitos *Freepik*, tendo sido editados para utilização.

Figura 01 - aplicações positivas e negativas da marca



Fonte: elaborado pela autora a partir do site Freepik

Quanto ao conteúdo, na introdução – chamada “Boas-vindas, viajante!” –, faço uma apresentação destacando o objetivo geral da proposta para o itinerário publicitário local e a importância deste PD&I para os profissionais de propaganda.

Na primeira seção – denominada “Rota 1 - Cálculo da rota: Indústria Criativa Publicitária em Santa Maria - RS” –, procuro localizar o(a) leitor(a) quanto ao conceito de indústria criativa e como a publicidade está alocada nesse setor.

Em “Rota 2 - Primeira parada: Agências de propaganda”, descrevo os resultados obtidos através da pesquisa realizada com as agências locais, apresentando um mapa interativo, de modo que o(a) leitor(a) possa clicar sobre ele para ser direcionado ao site ou página do Facebook da empresa mencionada.

A terceira seção, “Rota 3 - Outros mares são bem-vindos: Empresas com setor comunicacional”, reúne as informações obtidas por meio da pesquisa, dando a oportunidade para que o(a) leitor(a) também possa ser redirecionado aos respectivos contatos eletrônicos das empresas mencionadas.

Para a seção “Rota 4 - Novos trechos estão no itinerário: Autonomia”, trago o conjunto de informações resultantes da pesquisa realizada com profissionais que atuam autonomamente, dentre as quais estão as razões que os levaram a escolha por esse modo de trabalho, os desafios e as motivações encontradas no cotidiano do exercício da atividade publicitária.

Em “Rota 5 - Mais conhecimento para poder voar: Educação”, destaco algumas opções em busca da formação continuada, visto que o(a) publicitário(a) pode decidir por aprofundar seus conhecimentos antes de explorar novos trajetos.

Na “Rota 6 - Outros caminhos podem ser descobertos a qualquer instante”, aponto alguns dos fornecedores audiovisuais e gráficos existentes na cidade, reconhecendo também a abertura do campo publicitário para outras descobertas.

Por fim, o “Percurso Metodológico” é destinado à apresentação dos processos de pesquisa realizados para a concepção do Mapa Criativo e a seção “agradecimentos” é dedicada àqueles(as) que contribuíram para materialização do produto final.

Elementos visuais do Mapa

A capa e a contracapa do Mapa (figura 02) são resultantes da combinação entre a marca, a rosa dos ventos publicitária, as conexões entre os pontos das rotas e, também, o vetor do mapa da cidade de Santa Maria.

Figura 02 - contracapa e capa do Mapa Criativo

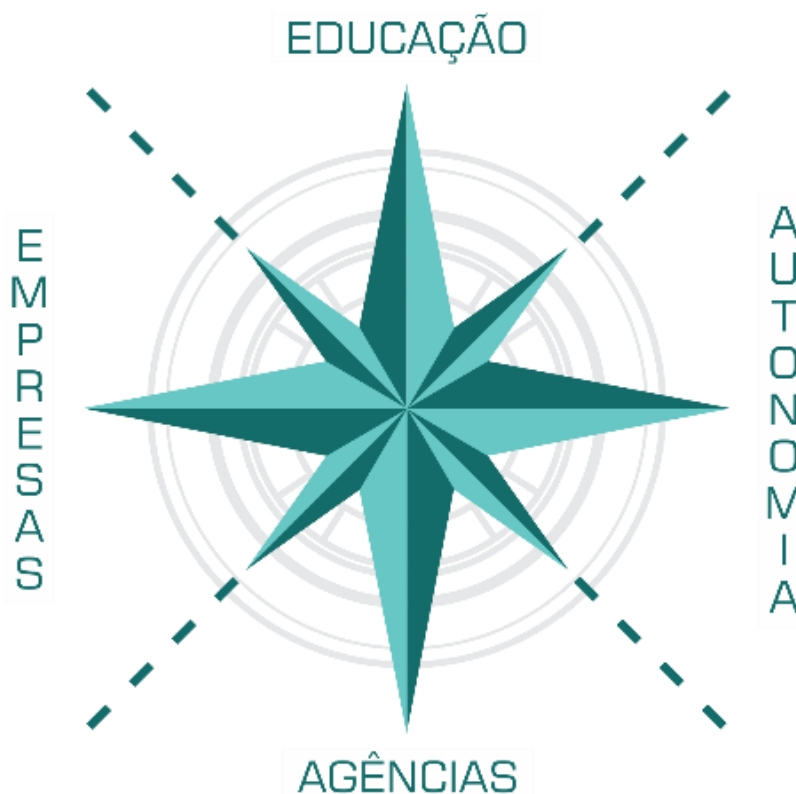


Fonte: elaborado pela autora partir do site Freepik

As cores utilizadas predominantemente são o azul e o branco, como referência imediata ao céu e ao mar (rios, lagos e oceanos), elementos presentes e recorrentemente retratados nas produções relativas ao tema viagem. O uso de tonalidades que variam entre o rosa e o amarelo se dá pela necessidade do contraste com as cores base.

Como ícone de apoio, tanto para a capa como para o miolo do material, a rosa dos ventos (figura 03) serve para indicar a possibilidade diversificada de caminhos publicitários expostos no Mapa Criativo, sendo a educação posicionada como norte do(a) publicitário(a), as agências o sul, as empresas o leste e a carreira autônoma o oeste. Os demais traços fazem referência as outras rotas possíveis, dentre elas, a produção audiovisual e gráfica.

Figura 03 - rosa dos ventos publicitária



Fonte: elaborado pela autora a partir do site Freepik

Ainda, na constituição da identidade visual da capa, o mapa de Santa Maria está presente ao fundo, perpassado por conexões (figura 04), para complementar a estética da capa.

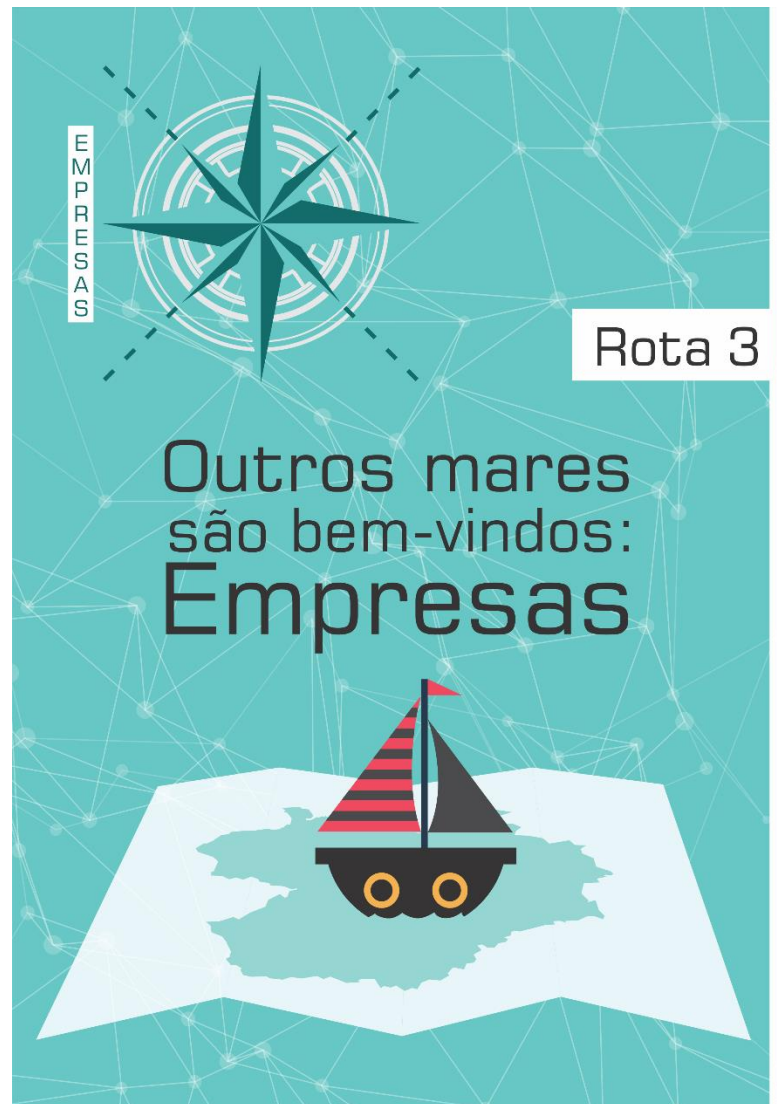
Figura 04 - mapa de Santa Maria e conexões



Fonte: elaborado pela autora a partir do site Freepik

Para identificar cada seção, busquei usar a identidade visual apropriada de cada tipo de viagem. Dessa forma, por exemplo (conforme apresentado na figura 05), a Rota 3 - com referência aos percursos marítimos das empresas - tem como foco gráfico o mar e o navio, além da rosa-dos-ventos alinhada à esquerda para localizar o(a) leitor(a) em qual direção/capítulo ele(a) está no momento.

Figura 05 – apresentação de seção da rota



Fonte: elaborado pela autora a partir do site Freepik

Para representar as empresas descobertas no caminho publicitário santa-mariense, as marcas foram vetorizadas e aplicadas em negativo, para melhor visualização nos pontos de localização. Na figura 06, destaco o exemplo, com a marca de uma agência (Ozório), de uma empresa (Delivery Much), de uma produtora audiovisual (Toca Audiovisual) e de uma instituição de ensino (UFSM).

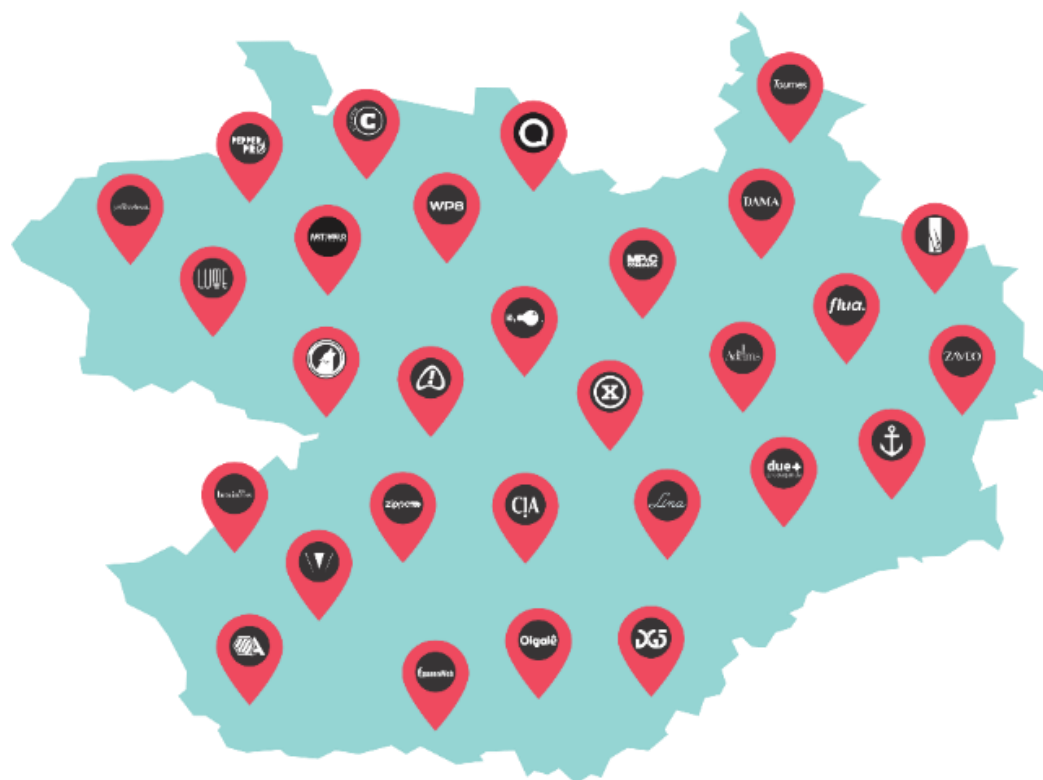
Figura 06 - exemplos de localização das empresas



Fonte: elaborado pela autora

Os ícones foram postos de acordo com cada delimitação (agência, empresa, instituição de ensino, etc.), no mapa de Santa Maria, finalizando o mapeamento de cada seção, conforme exemplifica a figura 07.

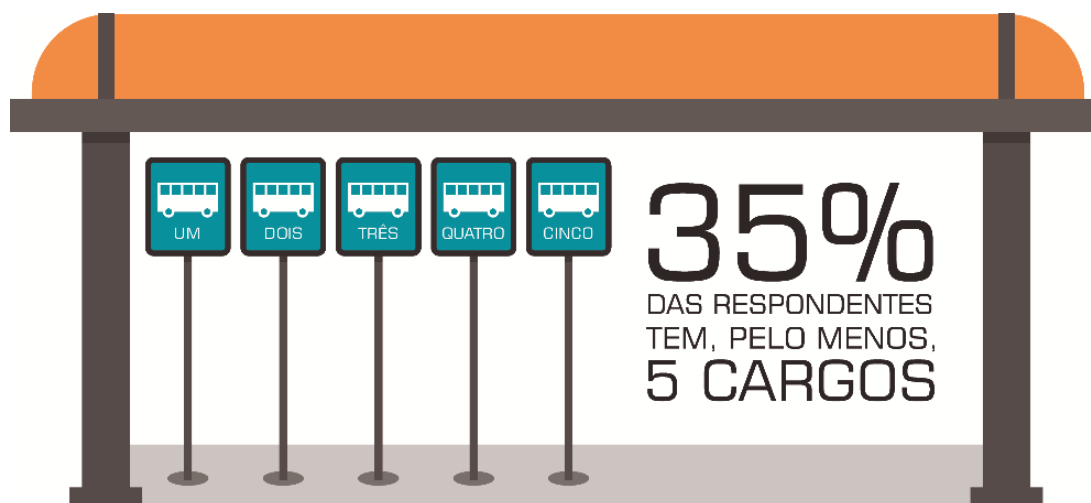
Figura 07 - exemplo de mapa com as agências de Santa Maria



Fonte: elaborado pela autora

Inclusive, foram utilizados infográficos ilustrativos (figura 08) que, na diagramação, estão distribuídos juntamente com os textos, demonstrando os resultados da pesquisa.

Figura 08 - exemplo de infográfico



Fonte: elaborado pela autora a partir do site Freepik

Diagramação

Na diagramação o tamanho do Mapa foi definido em padrão A4 (29,7 x 21cm), para que a visualização pudesse ser realizada satisfatoriamente em celulares e, em notebook. A fonte tipográfica utilizada nos textos do miolo é a Leelawadee, pelo fato de não possuir serifa e ser simples, deixando a leitura leve.

Para os ícones das empresas, usou-se hipertextos^{vii} para direcionar os(as) leitores(as) para as páginas das empresas, facilitando o acesso à comunicação. Também, avaliando que muitos usuários pudessem visualizar o produto sem a necessidade de baixá-lo, diagramei as listas com os ícones e as identificações de cada empresa ao final das seções – conforme pode ser visto na figura 09, com as gráficas de Santa Maria.

Figura 09 – exemplo de listagem de empresas

Espaço Gráfico
 (55) 3226-9276
 spacograficosm.com.br
 facebook.com/espacograficosm
 Rua Ery de Almeida Lima, 580,
 Camobi, 97105-120, Santa Maria - RS.

Inovah Comunicação Visual e Films
 (55) 3222-0576
 www.inovah.com.br
 www.facebook.com/inovahsm
 Av. N. Sra Medianeira, 950, Centro,
 97060-000, Santa Maria - RS.

Gradual Sinalização e Pré-Impressão
 (55) 3026-8659
 www.gradualsm.com.br
 facebook.com/gradualsm
 Rua Otávio Alves de Oliveira, 45, N. Sra.
 de Lourdes, 97050-550, Santa Maria - RS.

Jungton Comunicação Visual
 (55) 99163-0953
 www.jungton.com.br
 facebook.com/jungtoncomunicacaovisual
 Rua Otavio Silvestre de Oliveira, 120, N. Sra
 do Rosário, 97010-350, Santa Maria - RS.

Gráfica KR2
 (55) 3025-7111
 kr2santamaria@gmail.com
 facebook.com/KR2-418036011729405
 Av. Liberdade, 1141, 97020-490,
 Santa Maria - RS.

MultiPress
 (55) 3221-8966
 contato@multipress.com.br
 Av. Liberdade, 50, Passo D'areia,
 97010-270, Santa Maria - RS.

Gráfica Palotti
 (55) 3220-4500
 www.graficapallotti.com.br
 facebook.com/grafpallotti
 Av. Pres. Vargas, 115, Patronato,
 97020-001, Santa Maria - RS.

O Ponto Gráfico
 (55) 3222-6998
 ografico@opontografico.com.br
 facebook.com/opontograficosm
 Rua dos Andradas, 1700, Centro,
 97010-032, Santa Maria - RS.

Hbinato Gráfica Expressa e Com. Visual
 (55) 3223-8472
 www.hbinato.com.br
 facebook.com/hbinatografica
 Rua Cel. Niederauer, 1222, Bom Fim,
 97015-120, Santa Maria - RS.

PrintCenter
 (55) 3025-3881
 atendimento@printcenter.ind.br
 facebook.com/printcentersm
 Rua Visconde de Pelotas, 1347,
 97015-140, Santa Maria - RS.

Propa Comunicação Visual
 (55) 3221-3751
 www.propa.com.br
 facebook.com/propacomunicacaovisual
 Av. N. Sra Medianeira, 1499,
 Centro, 97060-003, Santa Maria - RS.

Fonte: elaborado pela autora e diagramação do produtor editorial Pablo Mello

Qual meu resultado?

O Mapa Criativo da Publicidade em Santa Maria - RS está disponível gratuitamente, em formato PDF, para quem quiser acessá-lo por meio do *link* <http://bit.ly/MapaCriativoSantaMaria>.

Como resultado final, apresenta o mapeamento da indústria criativa publicitária de Santa Maria: 30 agências, 16 empresas com setor comunicacional, 25 respostas de profissionais autônomos, quatro fornecedores audiovisuais, mais de dez fornecedores gráficos e duas instituições de ensino superior com pós-graduações na área da Comunicação.

Com a disponibilidade desse produto, estudantes e profissionais da propaganda poderão reconhecer o itinerário publicitário local e ampliar seu conhecimento do setor na cidade de Santa Maria. Além disso, o Mapa Criativo contribui para legitimar, dando visibilidade, a indústria criativa publicitária santa-mariense.

A divulgação de seu conteúdo teve início na segunda quinzena do mês de março de 2019, através de grupos do Facebook, LinkedIn e páginas que tratam da carreira publicitária. Outras possibilidades de divulgação serão avaliadas a partir dos resultados a serem mensurados.

Inicialmente, os resultados obtidos (no mês de março de 2019) somam mais de 360 visualizações da publicação do LinkedIn e 270 “cliques” no link do Bitly. No Facebook, além da publicação da autora, é possível destacar também o compartilhamento das páginas “Startup Weekend Santa Maria” e “Flua”, e, demais pessoas que compartilharam o conteúdo em suas redes (11 compartilhamentos externos).

Notas de referência

- ⁱ Autora do trabalho, publicitária, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). E-mail: priscillapellenz@gmail.com
- ⁱⁱ Orientadora do trabalho, publicitária, doutora em Letras, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). E-mail: renatacorreacoutinho@gmail.com
- ⁱⁱⁱ Os dados apresentados consideram o número de alunos ingressantes nas instituições UFSM e UFN. Disponível em: <http://santamariaemdados.com.br/6-educacao/6-2-instituicoes-de-ensino-superior/> | <http://coral.ufsm.br/pp/index.php/home/apresentacao>. Acesso em: 18 nov. 2018.
- ^{iv} LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2003.
- _____. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2010.
- ^v FIALHO, Ana Letícia; VALIATI, Leandro. **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.
- FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: 2016.
- RELATÓRIO de Economia Criativa 2010. **Economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.
- ^{vi} VALIATI, Leandro; WINK, Marcos. **Indústria Criativa no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: FEE, 2013.
- ^{vii} Disponibilidade de links dentro do texto, possibilitando que os usuários possam se redirecionar a outros conteúdos desejados (SANTAELLA, 2014).
- SANTAELLA, Lucia. **Gêneros discursivos híbridos na era da hipermídia**. Bakhtiniana. São Paulo, 9(2): 206-216, ago/set 2014.