

ESPM-Sul fecha parceria com a Fundação Thiago Gonzaga e a LZ Comunicação Visual para campanhas de apoio às causas sociais



O curso de Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul fechou uma parceria com a LZ Comunicação Visual e com a Fundação Thiago Gonzaga para que os alunos da instituição desenvolvam campanhas voltadas à mídia externa com a veiculação de um outdoor por mês nas ruas de Porto Alegre. O mote será o apoio às causas sociais.

O projeto tem como objetivo valorizar a mídia exterior, qualificar a formação dos alunos da instituição para este meio de publicidade e dar visibilidade às produções.

Os alunos da ESPM-Sul serão avisados sobre os briefings mensalmente e se inscreverão para participar de uma competição que terá avaliação de professores, profissionais do mercado e da LZ. Os briefings adotados estarão sempre vinculados à RSA (Responsabilidade socioambiental). O primeiro deles já foi passado pela Fundação Thiago Gonzaga, e devido ao período de férias na instituição foi realizado pelos alunos da agência de comunicação e design Jr. (co.de), da ESPM-Sul. Os próximos briefings contemplarão todos os alunos.

Os alunos vencedores foram Victor Gyrkovitz e Júlia Gerhardt. Na próxima segunda-feira (05/08), o projeto selecionado já ganhará as ruas da cidade. Para a dupla escolhida à experiência foi marcante.

“Acho que o mais legal e gratificante de participar de um trabalho em conjunto como este é ser escolhido pela Fundação Thiago Gonzaga. É participar de forma simples, fazendo uma pequena parte, de toda esta ação social e seus valores. É muito bom fazer parte de tudo isto”, afirma Victor que cursa o 4º semestre do curso de Publicidade e Propaganda na ESPM-Sul.

Para Júlia participar do projeto foi muito importante para os alunos da ESPM-Sul. “Trabalhar com a questão da responsabilidade no trânsito foi gratificante porque sabemos que muitos jovens não têm consciência deste problema. Ao participarmos alertamos nossos amigos, que por sua vez, começaram a divulgar esta mensagem também”.

De acordo com o diretor do curso de Publicidade e Propaganda, Alessandro Souza, a mídia exterior segue muito valorizada, conforme último relatório InterMeios, por isso “além de prepararmos nossos alunos, apoiaremos causas sociais que serão as temáticas dos briefings mensais”, destaca.

Para a presidente da Fundação Thiago Gonzaga, Diza Gonzaga, a parceria tem um significado especial. “Para nós, da fundação, que acreditamos que a problemática do trânsito é uma questão acima tudo de educação é muito importante termos uma parceria com uma Escola como a ESPM-Sul. Isto só reforça nosso trabalho para mudarmos esta cultura e agirmos preventivamente”.

Segundo o diretor comercial da LZ, Marcus Zanetello, com a aprovação da Lei Cidade Limpa em São Paulo há quase sete anos, gerações de publicitários que saíram das universidades e ingressaram nas agências não tiveram nenhum contato com mídia exterior, entre elas, a mais consagrada que era o outdoor na capital paulista.

O projeto em parceria com a ESPM-Sul e a Fundação Thiago Gonzaga surgiu a partir da conclusão de que o nível de criação para mídia exterior em geral, é muito fraco. “Geralmente

se utiliza o anúncio de jornal e se adapta ao outdoor ou busdoor, etc". E complementa: "Temos a certeza que a partir da liberdade de criação, sem uma pressão do dia a dia, vamos ter ótimas surpresas e muita dificuldade para a escolha de uma peça por mês para veiculação".

Fonte: Portal da Propaganda. [Portal]. Disponível em:
<<http://www.portaldapropaganda.com.br/portal/component/content/article/16-capa/37434-espm-sul-fecha-parceria-com-a-fundacao-thiago-gonzaga-e-a-lz-comunicacao-visual-para-campanhas-de-apoio-as-causas-sociais>>. Acesso em: 2 ago. 2013.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.