



Portfólio Comunicação e Design Jr (Co.De), uma experiência real de mercado.¹

Luiza PORTAL²

Ana ZIMMERMANN³

André Medeiros dos SANTOS⁴

Brenda BELONI⁵

Clarissa GRECCO⁶

Gabriel Couto DÍAZ⁷

Gabriela da Silva VERISSIMO⁸

Hermes Augusto Brasil de MOURA⁹

Jaqueline Pinheiro da SILVA¹⁰

Laura Toniolo VENDRUSCOLO¹¹

Luiza Mazzei PIFFERO¹²

Rodrigo Portes Valente da SILVA¹³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Porto Alegre, RS

Resumo

O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo. Este tem sido o grande desafio para muitos universitários com pouca ou nenhuma experiência em suas áreas. A empresa de Comunicação e Design Junior da ESPM Sul (Co.De) tem o compromisso de unir experiência e aprendizado, colocando-os à disposição dos alunos de Publicidade e

¹ Trabalho submetido ao XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Agência Jr. de Publicidade e Propaganda (conjunto/série)

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul, e-mail: luizaportal@hotmail.com

³ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: ana-zimmermann@hotmail.com

⁴ Estudante do 4º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: medeirosctbm@gmail.com

⁵ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: brendabeloni@yahoo.com.br

⁶ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: clarissagrecco@gmail.com

⁷ Estudante do 2º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da ESPM-Sul: gabocouto@hotmail.com

⁸ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: gabriela.sverissimo@gmail.com

⁹ Estudante do 9º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: hermesmoural@gmail.com

¹⁰ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: jaque_ps@msn.com

¹¹ Estudante do 5º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: lauratoniolov@gmail.com

¹² Estudante do 5º semestre do Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da ESPM-Sul: luizampiffero@gmail.com

¹³ Orientador do trabalho. Professor de Publicidade e Propaganda, email: rportes@espm.br



Propaganda e Design, sempre focando no aprendizado e na superação de seus limites. A Co.De possui uma ampla infraestrutura para que os alunos saibam como funciona uma agência de comunicação, uma produtora de áudio e vídeo, um estúdio de fotografia e uma produtora digital. Unindo equipamentos e ambientes apropriados, professores orientadores acompanham cada passo do trabalho, sempre dando dicas de como resolver cada demanda proposta. Este paper apresenta a dinâmica da Co.De e mostra alguns dos melhores trabalhos desenvolvidos no ano de 2013.

Palavras-chave

Empresa júnior, alunos de graduação, portfólio, mercado de trabalho

1. Introdução

A Co.De, para os que ali não convivem, pode parecer apenas uma empresa Jr de comunicação e design, mas para os que dela participam como membros, é uma fonte de conhecimento prático, que deixa marcos inesquecíveis em suas vidas. O mercado de trabalho cresce sem parar, tanto é que existem inúmeras oportunidades para estagiários. Mas, são oportunidades comuns, sem desafios, exigindo dos alunos mais experiência para assumir novas responsabilidades. Começar a faculdade é o primeiro contato de um aluno com o mercado, entender como funciona, aprender aquilo que se gosta e conhecer aonde irá se deparar no seu futuro, são etapas marcantes para um adolescente recém universitário. A Co.De (empresa de Comunicação e Design Jr), situada na ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) na unidade Sul, é uma empresa júnior, com o principal objetivo de proporcionar aos alunos de graduação uma experiência real com o mercado. Nela, os estudantes dos cursos de Publicidade, Propaganda e Design começam a desenvolver suas habilidades, competências e características profissionais. Composta por um professor coordenador geral, quatro professores coordenadores de área e diversos professores orientadores, a Co.De é composta por uma Agência, proporcionando aos alunos uma rotina de uma verdadeira agência de publicidade; por uma produtora digital, elaborando projetos específicos para a internet e conteúdo *mobile*; um estúdio de fotografia, capturando registros de eventos e elaborando propagandas fotográficas; e por fim temos uma produtora de áudio e vídeo, produzindo comerciais, *jingle* e animações. Juntas, auxiliam os integrantes a aprender com seus erros, amadurecer, desenvolver um trabalho em equipe e elaborar projetos valorizados para o seu sucesso profissional. O objetivo deste *paper* é apresentar o portfólio da Co.De, para compartilhar seu funcionamento, sua estrutura e seus objetivos.



Para apresentar a Co.De, é importante pontuar sua proposta comercial. A empresa Jr atende basicamente três tipos de clientes: Comerciais, Sociais (como ONGs, Secretarias e associações sem fins lucrativos) e a própria ESPM Sul (comunicação interna). Para fazer parte da Co.De, o aluno passa por um processo seletivo rigoroso, onde realiza uma prova de conhecimentos gerais, outra de conhecimentos específicos da área desejada, um ditado e por fim, uma entrevista. Vale ressaltar que o desempenho acadêmico do aluno conta como parte do processo seletivo.

O dia-a-dia da Co.De é movido na base da motivação, do carinho, da criação, da união e da extrema dedicação dos seu membros. Para isso se tornar possível, existem as Diretorias, compostas por alunos mais experientes, sempre determinadas para atender a equipe e os clientes, com propostas estratégicas, sendo estas divididas em Comercial, Financeiro, Marketing e Recursos Humanos. A empresa conta também, com uma equipe de Atendimentos, para gerir os trabalhos da melhor maneira possível. Além disso, conta com uma multidisciplinar equipe de criação, com formação tanto na área de publicidade quando na área de design, sendo: Diretores de Arte, Redatores e Produtores Gráficos. Juntas, as áreas proporcionam ao aluno a oportunidade de conviver em uma empresa similar às existentes no mercado.

2. Objetivo

Estar na Co.De é aprender a lidar com grandes desafios, superar seus medos, conhecer um novo mundo profissional, estar disposto a mudanças e claro, adquirir conhecimento. Todas as empresas Jrs. são muito valorizadas no mercado de trabalho, pois nelas os alunos se sentem mais seguros quando precisam tomar decisões. A Co.De tem este principal objetivo, ou seja, preza pela alegria, evolução e aptidão dos seus membros, sendo uma empresa elaborada exatamente para proporcionar a esse aluno seu crescimento no mundo dos negócios, garantindo um importante diferencial.

3. Justificativa

Ao montarmos este portfólio, apresentamos as principais atividades realizadas no ano de 2013. Este portfólio representa uma amostra do projeto acadêmico da Co.De e a dedicação de um grande número de alunos de diferentes cursos de graduação. Este documento também tem como objetivo mostrar alguns dos clientes atendidos no ano de 2013; como foram resolvidos seus problemas de comunicação e explicar como a equipe



elaborou a melhor alternativa para atender às demandas propostas, proporcionando resultados positivos tanto para o mercado quanto para a Co.De.

4. Métodos e Técnicas Utilizados

A estrutura geral da Co.De é formada por um coordenador geral, que supervisiona, representa e auxilia todos os núcleos da empresa. Abaixo do coordenador geral, temos quatro professores coordenadores, sendo um professor coordenador digital, um professor coordenador para a agência, um para o centro de fotografia e outro para a área de áudio e vídeo. A Co.De conta com quatro diretorias, a Diretora Comercial é a responsável por todos os clientes da empresa, pelos seus projetos, contratos, prazos, com o dever de sempre prezar pelo bom relacionamento entre a contratante e o contratado. A Diretora de Marketing preza pela boa imagem da empresa, tanto pelo ambiente interno quanto externo, promovendo eventos e garantindo a visibilidade contínua da empresa. Além disso, temos uma Diretora de Recursos Humanos, determinada a motivar e desenvolver a equipe interna, ou seja, tornar o ambiente de trabalho um lugar agradável, auxiliar na integração dos membros, realizar palestras, workshops e eventos internos. A última diretora da Co.De é a Diretora Financeira, esta cuida de todo o capital financeiro da Co.De, controlando os gastos, ganhos e organizando as verbas previstas para o ano.

O método utilizado para a elaboração dos trabalhos é similar ao das principais agências do mercado. Primeiro, é realizada uma reunião inicial, participando somente a Diretora Comercial, o professor coordenador e o cliente. Nesta etapa, a Diretora Comercial analisa o problema de comunicação existente. Após o fechamento do contrato, com auxílio da Diretora Financeira, parte-se para a segunda etapa do processo. Nela, é apresentado ao cliente um atendimento responsável para gerir todo o projeto, mantendo o contato contínuo com o mesmo. Posteriormente, é realizado um PIT (pedido interno de trabalho), com um *briefing* que apresenta todos os detalhes importantes para a elaboração do projeto. Por fim, este *briefing* é passado para os redatores, quando há necessidade, e para os diretores de arte.

Em inglês o termo significa o ato de dar instruções precisas ou informações... É através do *briefing* que a agência identifica os serviços que o anunciante está demandando e coleta informações necessárias para desenvolver... (SANTOS, Gilmar, 2005, p.92).



Se o trabalho precisar do serviço de outros setores, como a Co.De Fotografia, Co.De Áudio e Vídeo ou Co.De Digital, a diretora comercial faz a intermediação com os membros de outras áreas.

5. Descrição do Produto ou Processo

No ano de 2013, a Co.De desenvolveu uma série de trabalhos, tanto para as áreas comercial, social e para a comunicação interna da ESPM. Dentre os diversos projetos elaborados, foram escolhidos dez que tiveram destaque durante o ano. Outra razão, foi a apresentação de projetos que pudessem proporcionar o conhecimento do método de trabalho dos quatro núcleos da Co.De.

CAMINHOS DA GESTÃO ESCOLAR

O Instituição JAMA, criado pelo grupo RBS, em parceria com a ESPM, desenvolveu um programa com o objetivo de aprimorar as habilidades e competências dos gestores educacionais de escolas públicas. A fim de fortalecer a instituição e seus processos, o projeto forma turmas de diretoras de escolas públicas por meios de uma pós-graduação gratuita da ESPM. A primeira necessidade do cliente era a criação de um nome para o programa, pois considerava o nome antigo como algo “pesado”, uma imagem negativa ao projeto, aparentando ser um programa governamental. Hoje, o programa tem como nome “Caminhos da Gestão Escolar”, elaborado pela equipe da Co.De.

O segundo desafio de comunicação apresentado pelo cliente era a criação de uma identidade visual e um *slogan* para fortalecer o conceito do projeto. Era preciso produzir um logotipo que remetesse às três fases do programa e que simbolizasse a gestão escolar. Já para o *slogan*, tínhamos que tentar alcançar uma solução que representasse os princípios do programa. A solução encontrada para desenvolver o logotipo foi baseada em três cores, laranja, azul e verde, remetendo às fases do programa. Estas cores estariam presentes nas formas arredondadas e orgânicas do símbolo, fazendo referência às pessoas e à união que estas representam. O slogan elaborado foi “Novas direções para o amanhã”, sendo uma proposta mais lúdica, mais afetiva, que iria além da educação, abordando novas direções, novos caminhos para a gestão.



Este foi um trabalho social elaborado pela Co.De agência, que atendeu aos objetivos do cliente, elaborado com muita dedicação e motivação da equipe.

CAMINHO DO GOL

Para a Copa de 2014, sediada no Brasil, a Prefeitura de Porto Alegre elaborou um projeto social de grande atratividade para a cidade. Este projeto teria como objetivo criar uma rua de entretenimento, entre o Beira-Rio (estádio de futebol onde ocorrerão os jogos em Porto Alegre) e a Fun Fest (evento organizado pela FIFA para atrair uma grande público para assistir os jogos por meio de telões). Este caminho teria um caráter comunicativo, interativo, colorido, acessível, feliz, provocativo, sustentável, esportivo, inovador, cultural e entre outros. Além disso, este caminho precisaria se tornar concreto, ou seja, ter uma identidade. Para isso se tornar possível, a Co.De elaborou uma série de logotipos, todos refletindo a verdadeira imagem do mesmo. Por fim, chegou-se a solução de um logotipo que remetesse o caminho, utilizando tons de azuis, para fortalecer o lado feliz, interativo do programa mas também com detalhes verdes e amarelos, fazendo referencia a bandeira do Brasil.

Os resultados finais foram apresentados para a Prefeitura de Porto Alegre e aprovados pelos principais dirigentes. Este foi um grande trabalho produzido pela Co.De, para um cliente social, proporcionando resultados positivos para toda a sociedade.

GRANI

Quando o cliente procurou a Co.De, desejava abrir um restaurante com o conceito de *fast food*, mas que, diferente dos demais, pudesse servir comida de “verdade”. Também, um de seus desejos era de que seu restaurante lembrasse a Itália, sendo caracterizado por algo simples, mas que passasse uma sofisticação para os seus futuros clientes. Para começar a tonar seu negócio real, pediu para a Co.De a criação de um nome para o restaurante, uma identidade visual para a sua marca e a elaboração de um estudo de embalagem para colocar a comida em uma caixa diferenciada, assim como, uma sugestão de uniforme para os futuros funcionários.

Este foi um trabalho elaborado para um cliente comercial, envolvendo a agência e a área digital da Co.De. Para mostrar a aplicação da identidade visual nos futuros produtos, foi utilizada a técnica 3D com o objetivo de facilitar o entendimento do cliente e chegar ao mais real possível o resultado final de sua marca.



CORAÇÃO NO RITMO CERTO

A Secretaria Municipal da Saúde estava inaugurando um projeto para ser sediado em Porto Alegre, inspirado em projetos de outros países, mas que no Brasil seria o primeiro modelo. O projeto consistia na implantação de desfibriladores automáticos em lugares públicos, onde existia uma grande circulação de pessoas, e proporcionar um treinamento para que as pessoas fossem capacitadas a usar o aparelho e ajudar uma pessoa necessitada. O intuito do projeto era de combater o índice elevado de mortalidade por parada cardíaca. O cliente também gostaria que a ideia de comunicação sugerida pela Co.De estimulasse o aparecimento de empresas, fornecedoras deste tipo de aparelho, proporcionando um interesse por uma parceria para o projeto. Os objetivos necessários para serem atingidos exigiam, então, um fortalecimento da imagem da Secretaria Municipal da Saúde, como promotora de saúde, criando uma identidade visual forte para o projeto.

Com a extrema dedicação da equipe, a Co.De desenvolveu o projeto com muita criatividade, elaborando um logotipo que remetesse à proposta do cliente, realizando diversos materiais de comunicação, incluindo até mesmo um adesivo para a caixa onde continha o desfibrilador automático, camisetas e convites para incentivar as pessoas a participarem da ação. Junto com a equipe do áudio e vídeo, foi realizado um *flash mob*, com o objetivo de chamar o público de Porto Alegre à participar do projeto.

PROCESSO SELETIVO 2013

Em todos os anos, as empresas Jrs da ESPM-Sul realizam um processo seletivo integrado, criando ações e campanhas para apresentar as empresas aos alunos da Escola. No primeiro semestre de 2013, foi realizado um grande evento que teve a participação de uma importante empresa parceira, a Coca-Cola. Junto com o patrocinador, foi elaborada uma campanha que brincava um dos seus principais *slogans*. O mote da campanha foi “quanto mais Jrs ESPM-Sul melhor”. A Co.De criou cartazes, banners, camisetas e adesivos. Sua equipe digital produziu *wallpapers*, e-mails marketing e um site exclusivo. A Co.De Áudio e Vídeo também auxiliou na elaboração de um vídeo viral, que foi compartilhado em redes sociais. Durante o evento, a Co.De Fotografia capturou os momentos mais importantes.

Outro destaque da ação, foi que a empresa patrocinadora elaborou garrafinhas de Coca-Cola, com rótulos especialmente produzidos com a “imagem do evento”. Como se



tratava, na época, de sua campanha institucional, a empresa confeccionou garrafinhas personalizadas para as empresas juniores. Sem dúvidas, o resultado final foi espetacular.

Já para o segundo semestre do ano, foi elaborado outro processo seletivo integrado. O conceito final encontrado para esta ação foi baseado em *games*, com isso, o slogan que movia a campanha era “Dê um Start na sua carreira”, se encaixando perfeitamente nos objetivos das empresas Jrs. Nesta campanha, foi possível um patrocínio de outra empresa bem conceituada, a AmBev, por meio de sua bebida Gatorade. Também foi produzido um brinde para os alunos personalizado. Foi entregue para os estudantes da ESPM garrafinhas da Gatorade com uma gravatinha estampada com os nomes das juniores. Outro diferencial desta ação foi a criação de um *game* exclusivo para os interessados no processo seletivo, onde cada empresa possuía um personagem famoso, como mascote.

Este projeto fixou a imagem das Jrs novamente para os alunos da ESPM-Sul, proporcionando um contato afetivo com a empresa patrocinadora e envolvendo todas as áreas da Co.De.

EFEITO MORAL

O Efeito Moral foi uma exposição realizada no espaço cultural da ESPM-Sul, que tinha como tema os protestos que estavam ocorrendo no período de 2013. Seu principal objetivo foi expor diversas fotografias do ocorrido, tiradas pelos próprios alunos da Escola. Para isso se tornar possível, os organizadores precisavam que os alunos da instituição mandassem suas fotos registradas. A Co.De se responsabilizou para elaborar uma campanha para o evento, com dois momentos distintos. No primeiro, a comunicação sensibilizou os alunos a enviarem as fotos. No segundo momento, foi comunicada a exposição. Foram criados banners, e-mail marketing e cartaz, para chamarem a atenção de toda a ESPM.

Este trabalho envolveu a Co.De Agência, Digial e a Co.De Fotografia. A Agência ficou com a tarefa de fazer o material de divulgação, com o apoio da Co.De Fotografia, que produziu fotos para a campanha. Já a Co.De digital elaborou um site exclusivo para a exposição, e-mail marketing para todos os alunos e um processo *online* de inscrições para o evento.



INOVAPOA

O InovaPoa é um gabinete de inovação e tecnologia da prefeitura de Porto Alegre. Seu principal objetivo é ampliar e incentivar oportunidades de trabalho e qualificar a mão-de-obra especializada na área de ciência e tecnologia para estudantes, profissionais liberais, professores, pesquisadores e empreendedores. Dentre as ações e projetos já desenvolvidos pelo InovaPoa estão a criação de bolsas de estudo UNIPOA e a política de incentivo tributário. Seu contato com a Co.De partiu da necessidade de tornar o Rio Grande do Sul mais conhecido para o público que virá para a Copa do Mundo. Com isso, o cliente precisava realizar uma reestruturação do seu material de comunicação, pois o antigo apresentava um visual simples e totalmente divergente da ideia que o gabinete gostaria de passar.

Para reestruturar seu material de comunicação, a Co.De elaborou dois folders explicativos, estes continham informações a respeito dos últimos eventos e projetos proporcionados pelo InovaPoa.

FEJERS

A Federação das Empresas Juniores do Estado do Rio Grande do Sul é uma federação com o objetivo de orientar e proporcionar apoio para o desenvolvimento das Empresas Juniors do RS. Com o intuito de cumprir suas metas, a FEJERS realizou um evento nomeado de EGEJ (Encontro Gaúcho de Empresas Juniores) que tinha como principal referência o bairrismo do Rio Grande do Sul, unindo as empresas pelo bairrismo do Estado em si, através do *networking*.

Para atender o seu evento, a Co.De foi escolhida para desenvolver um logotipo. Por fim, a solução final encontrada na Co.De foi de uma identidade visual bastante consistente, com fortes características, que chamou a atenção de todos os participantes do evento.

VIII MADRUGADA CRIATIVA

A Madrugada Criativa é um evento que ocorre todos os anos na ESPM-Sul, proporcionado aos alunos dos cursos de Design e Publicidade e Propaganda a experiência de vivenciar uma rotina da qual, muitas vezes, os profissionais de agência vivem: uma “virada” de noite realizando um trabalho criativo. O evento foi criado da seguinte forma: os alunos são convidados para passar a madrugada na instituição.



Durante este período, os participantes recebem um briefing para um cliente real. Além disso, para auxiliar as equipes na elaboração do trabalho, profissionais padrinhos são chamados para dar um suporte para as equipes. Por fim, as equipes possuem um prazo final para a entrega do trabalho, sendo este até às 6h da manhã.

Para elaborar a campanha deste projeto, a Co.De utilizou a sua característica principal, de ser um evento que ocorre na madrugada, e elaborou uma temática mais descontraída, baseada nos filmes de terror, tomando como referência que a maioria das histórias assustadoras acontecem na madrugada. A campanha obteve ótimos resultados, atraindo alunos à passar a madrugada na faculdade, assim como nos filmes, e ter a experiência de como seria sua vida ao entrar no mercado. Este trabalho envolveu três núcleos da Co.De: a agência produziu os banners, cartazes e um evento *teaser*. A equipe digital elaborou as inscrições e *wallpapers* e, por fim, a Co.De Fotografia ficou responsável pelas imagens utilizadas na campanha - todas com figurantes membros da Co.De.

ANUÁRIO

O Anuário é um dos eventos mais esperados do ano na ESPM-Sul, sendo conhecido como a noite de gala da instituição, para promover uma grande premiação. Os alunos são indicados pelos professores para inscrever seus melhores trabalhos durante o ano, produzidos nas disciplinas. Após a escolha dos melhores projetos, a ESPM prepara um momento especial para reconhecer os alunos diante de seus colegas e profissionais do mercado.

Para realizar esta super produção, a Co.De assumiu uma dos seus principais desafios. Foram meses de muito trabalho, dedicação e envolvimento de todas as áreas da empresa. O conceito criado pela Co.De proporcionava ao público duas visões de qualquer trabalho, uma gloriosa, do “stage”, e outra com muito suor e trabalho, do “backstage”. O *backstage* remetia ao dia-a-dia do aluno na faculdade, todo o processo que foi passado para elaborar o seu trabalho, para então chegar no “stage”, isto é, no momento de glória do seu esforço. Toda a campanha seguiu este lema. Até mesmo o palco da noite de prêmios foi decorado com o conceito, onde os alunos entravam por um cenário de fundos para chegar no palco final.

Por parte da Co.De, a Agência produziu toda a criação da identidade visual, banners e convites. A área de Fotografia foi para o teatro São Pedro, para elaborar uma série de fotos que foram utilizadas na campanha. Já na Co.De Áudio e Vídeo, a equipe



desenvolveu um vídeo *teaser*, reproduzido especialmente para a abertura do evento. E por fim, o núcleo digital produziu um site, cuidando das inscrições e reproduzindo todas as campanhas vencedoras, veiculadas na internet.

6. Considerações

Após realizar este *paper*, a importância de participar de uma empresa Jr fica materializada. Fazer aquilo que gosta, aprender como lidar com diversas situações similares ao mercado, ter dedicação, pró-atividade, aprimorar o método de trabalho em equipe e ser um membro de uma empresa, fazem toda a diferença na hora de entrar de vez no mercado. De fato, todas as empresas reconhecem o perfil deste profissional, sabem da experiência que este viveu e seu grande diferencial. Ao montar este portfólio construído por alunos, em média, de segundo ao quinto semestre dos cursos de Design e Publicidade e Propaganda, podemos perceber seu processo.

Na Co.De, todos são alunos, em busca de uma experiência capaz de encontrar desafios ainda maiores. De todas as dificuldades encontradas, uma coisa temos certeza, realizamos todos os nossos trabalhos dando o máximo da nossa equipe, todos os dias trabalhamos com um sorriso no rosto, dispostos sempre a aprender coisas novas, olhando constantemente para o nosso futuro, construindo um portfólio e montando nossa identidade profissional.

Referências Bibliográficas

- SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso**. Rio de Janeiro : Campus ABP, 1999.
- BARTOLOMEU CEGATO, João Vicente. **Criação na propaganda impressa**. 3. ed. São Paulo: Thomson, 2006. 125 p .
- PREDEBON, José. **Criatividade: abrindo o lado inovador da mente**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 248 p.
- PREDEBON, José. **Criatividade Hoje: como se pratica, aprende e ensina**. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 155 p.
- SANTOS, Gilmar. **Princípios da Publicidade**. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005. 229 p.
- DI NIZO, Renata. **Foco e criatividade: fazer mais com menos**. São Paulo : Summus, 2009.