

## **Anúncio Impresso – “Curti”<sup>1</sup>**

Maria Luiza Petranski Arantes<sup>2</sup>  
Ponto Pasta<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Paraná

### **RESUMO**

Trabalho realizado para o cliente “Aldeia Coworking” por intermédio do projeto de extensão “Ponto Pasta” oferecido pela Universidade Federal do Paraná para os cursos de Comunicação Social. Tem como objetivo a divulgação do projeto de Coworking da agencia especializada intitulada Aldeia. Seu diferencial na área de coworking é sua praticidade e o fato de ter “um monte de gente legal trabalhando junta”, pontos que deveriam ser abordados no anúncio.

**PALAVRAS-CHAVE:** coworking, anúncio, curtir, facebook, peça maluca.

### **1. INTRODUÇÃO**

O termo coworking surgiu em 1999 com o designer de jogos e autor norte-americano Bernie DeKoven, com o intuito de definir o trabalho colaborativo em suporte de computadores mas só foi utilizado para se remeter aos escritórios compartilhados em 2005 pelo engenheiro de softwares Brad Neuberg, após abrir seu loft em São Francisco para que, durante o dia, demais profissionais tivessem um espaço onde trabalhar e se reunir com seus clientes.

A Aldeia Coworking foi a primeira agencia do sul do país a adotar esse modelo de escritórios; o compartilhamento de espaço permite acabar com a sensação de isolamento que muitos trabalhadores autônomos sentem ao utilizar do “home office” – literalmente “escritório em casa” – e permitindo que diversos empreendedores possam estabelecer redes de negócios e tenham um espaço onde possam trocar ideias e contatos, se relacionar com outros profissionais, receber seus clientes, gerir reuniões e trabalhar com tranquilidade, comodidade e conforto por um custo baixo e um serviço de qualidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Anúncio Impresso.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: malupki@gmail.com

<sup>3</sup> Projeto de Extensão da UFPR, email: [pontopasta2013@gmail.com](mailto:pontopasta2013@gmail.com)

Pioneira no ramo, a Aldeia já conta com 4 anos de estrada e possui seu escritório localizado no centro de Curitiba, equipada com sala de reuniões, espaço para eventos, conexão de internet de alta qualidade, além de proporcionar endereço e atendimento telefônico comercial para empreendedores autônomos. Conta também com diversos cursos ministrados em suas imediações para formar profissionais na área web e criativa, sempre se preocupando em dar comodidade e condições de trabalho para seus coworkers – nome dado aos empreendedores que utilizam dos escritórios de cowork.

## **2. OBJETIVO**

A cada dia surgem novas agências de coworking ao redor de todo o mundo e Curitiba não fica de fora; como mostrar seu diferencial em meio a tantos concorrentes em uma área muito nova de empreendedorismo? Apesar de contar com mais de 19.000 curtidas em sua página do facebook e diversos coworkers fixos em suas imediações, a Aldeia ainda não fixou sua marca na mente do curitibano e precisa se destacar por sua atitude e comodidade dentre todas as agências que só se preocupam em oferecer um espaço de trabalho.

O escritório da Aldeia não busca só possibilitar ao empreendedor um local onde ele possa trabalhar e se reunir com eventuais clientes, mas sim ingressá-lo no mundo dos negócios, fortalecer sua rede de contatos e proporcionar trabalhos em grupo, a partir do momento em que conta com coworkers das mais diversas áreas e especialidades, sempre em busca de novos investimentos e negócios. A Aldeia ainda proporciona diversos cursos ligados a área de comunicação e mídias, proporcionando para seus contribuintes novas especializações e aprendizado.

Era preciso um anúncio que conversasse com o público-alvo da Aldeia e fizesse com que eles se identificassem com aquele ambiente de trabalho, inserindo todas as informações citadas anteriormente em uma única peça. O perfil do coworker é jovem, tem por volta dos 20 e 34 anos, são em sua maioria *freelancers* que estão concluindo ou já concluíram seu curso superior, “um monte de gente legal trabalhando junta” e buscando seu lugar ao Sol no mercado de trabalho.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Para trabalhar com um público tão jovem, que está claramente inserido no mundo digital e que até mesmo atue na área de comunicação, mídia e design, era preciso seguir

uma linha criativa que fizesse com que esse interlocutor se identificasse com a atmosfera da Aldeia e desejasse fazer parte daquele lugar, além de ser uma peça simples e direta que expusesse todo seu diferencial e deixasse bem claro seu carro-chefe são justamente os próprios coworkers.

O maior desafio seria então criar uma peça que englobasse todas as vantagens da Aldeia e não deixa-la maçante, fazendo com que ela se destacasse em meio a multidão e ainda conversasse com seu interlocutor de forma simples e descontraída, dizendo “hey, se você está precisando de um lugar bacana para trabalhar, aqui é o lugar certo para você!”. Para fazer isso era preciso que o anúncio tivesse um design limpo, por isso busquei referências no flat design e anúncios all-type, para que ele transmitisse a mensagem de maneira breve e em tom de conversa, sem precisar apelar para testemunhais ou narrativas.

O segundo problema que pude identificar era justamente essa interlocução. Só o texto não chamaria tanta a atenção, precisava encontrar um ícone, algo que fosse marcante no dia-a-dia do coworker, foi quando encontrei a solução tanto para o problema de referência visual quanto sua cor; arrisquei me aventurar diretamente no perfil do coworker, transpondo a mídia digital para o off-line e utilizando da cor azul das mídias sociais para trabalhar o lado emocional da Aldeia, que é unir pessoas legais em um único lugar (exatamente como o Facebook, Twitter ou, até mesmo, o bom e velho Orkut). Nasce então a ideia de “curtir” o cowork e o desenvolvimento do anúncio.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O processo de criação do anúncio foi bastante simples: utilizando a sobreposição de layers (camadas) no editor gráfico Adobe Photoshop CS4, procurei juntar frases e palavras soltas que pudessem descrever a Aldeia em si, explicando seu sistema de cowork e sua pegada jovem, e seus diferenciais perante outras agências do mesmo modelo, formando assim o famoso símbolo de “curtir” da rede social Facebook.

A ideia era promover o crescimento empresarial que o sistema de cowork oferece a pequenos empreendedores e ambientalizar o anúncio de forma que ele ficasse moderno e despojado – transmitindo a identidade da marca e alcançando seu público-alvo. Além disso, foram utilizadas texturas que remetessem ao layout do site da Aldeia Coworking e se

assemelhasse a suas publicações na rede, trazendo uma ideia de unidade e redirecionasse o interlocutor para que ele possa entrar em contato com a agência e pedir seu orçamento.

## **5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O anúncio está dividido em: 3 camadas para a aplicação da textura, iluminação e aplicação das cores de fundo (sendo o azul #166bac em opacidade de 85% para que o grafitado da textura não se perdesse); 2 camadas principais de texto: as frases em azul que formam os entornos do “curtir” e as frases em branco para o preenchimento; a camada de texto onde se encontra o slogan “com a Aldeia sua empresa vale mais que um simples curtir” com a fonte Fedra Sans Book SC oferecida pela Aldeia; e uma última camada onde se encontra a logo da marca.

Encontra-se inicialmente em tamanho de página simples para ser veiculado em revistas que se relacionem ao público: Época, Super Interessante, revistas especializadas em fotografia, design, informática, games e tecnologia, INFO e VEJA. Pode facilmente ser convertido para MUB, ocupando pontos de ônibus e taxi, lateral de bancas de revista e termômetros no centro da cidade e próximos a faculdades e universidades.

## **6. CONSIDERAÇÕES**

Foi dito claramente do briefing que a peça tinha, por obrigatoriedade, de ser “legal”, o que deixa bem claro o público que a Aldeia pretende atingir veiculando anúncios pela cidade. Acredito que o símbolo de curtida do Facebook seja uma maneira interessante de se comunicar com essas pessoas pois remete a uma realidade na qual elas estão inseridas e onde se veem trabalhando. Além disso, é um termo quente em alta na atualidade, sendo uma maneira de fixar-se na mente do interlocutor.

Os tons de azul utilizados na pela também fazem clara referência às mídias digitais e chamam a atenção ao serem inseridos nos meios anteriormente citados; por fugir da formatação tradicional de anúncios de revista, por exemplo, o anúncio logo prenderia a atenção do seu target, que é um conhecedor do ícone e das cores. Já nas ruas, o anúncio poderia ser reconhecido de longe por ter um apelo visual tão direto.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COWORKING OFFICES, **Conceito Coworking**

Disponível em URL: <http://coworkingoffices.com.br/conceito-coworking/>

ALDEIA COWORKING, **A Aldeia**

Disponível em URL: <http://aldeiaco.com.br/a-aldeia/>

COSTA, Anderson; **Pesquisa mundial sobre coworking, parte 2: o perfil do coworker;**  
[citado em 17 de janeiro de 2011]

Disponível em URL: <http://www.movebla.com/618/pesquisa-mundial-sobre-coworking-parte-2-o-perfil-do-coworker/>