

CAIXOLA - CLUBE DE CRIAÇÃO - FABICO/UFRGS

Coordenador: RICARDO SCHNEIDERS DA SILVA

Autor: ISABELA NUNES DAUDT

Criado no segundo semestre de 2007, o Caixola é uma iniciativa de estudantes e professores do curso de publicidade e Propaganda da Fabico/UFRGS. Como atividade complementar ao currículo, a proposta do Clube de Criação é ser um espaço de prática, crítica e aperfeiçoamento de conceitos e técnicas de criação e produção publicitária, artística e promocional. O Caixola tem como objetivos estimular o interesse de estudantes para a comunicação publicitária e desenvolver processos direcionados ao atendimento de clientes, preferencialmente a Fabico e outras unidades da UFRGS, nas suas necessidades e demandas de publicidade/divulgação/promoção. A partir da experiência dos dois primeiros anos, o Caixola está se reconfigurando e dividindo as suas atividades em três núcleos: Agência, Web e Conhecimento, cada um deles com objetivos distintos e obedecendo hierarquia de atribuições e funções: Caixola Agência - É uma agência estudantil e experimental que busca a excelência nas suas soluções de comunicação, proporciona a vivência das rotinas de uma agência de publicidade e prepara os estudantes para enfrentarem a realidade do mercado. Atende as demandas da Fabico e de outras Unidades da UFRGS e possibilita aos seus integrantes montarem os seus portfólios a partir de briefings e trabalhos reais. Caixola Web - É um portal acadêmico com conteúdo relevante e referências sobre as áreas de comunicação, publicidade, criação, novas mídias, concursos, etc., montado e atualizado pelos integrantes do Clube de Criação. Caixola Conhecimento - São workshops quinzenais - palestras e oficinas - para capacitar estudantes dos primeiros semestres para que em um futuro próximo possam se incorporar aos demais núcleos do Caixola. O Caixola agência tem sua sede na sala 521 da Fabico, utiliza basicamente a estrutura de computadores, escaners e impressora, busca referências na web, sites e portais da área de comunicação e publicidade, em publicações especializadas e nos próprios meios de comunicação de massa. O fluxo de trabalho segue, basicamente, o processo de uma agência de publicidade e inicia com a montagem dos briefings, passa pela etapa de pesquisa (busca de referências e contato com os "clientes-anunciantes"). Estas informações alimentarão o processo criativo, que resulta em alguns conceitos e idéias que geram layouts e estes são discutidos, testados e aperfeiçoados até aprovação final do próprio grupo de criação, dos professores e do crivo do contato-anunciante. Ao cliente são entregues

arquivos finalizados e fechados prontos para serem produzidos nos seus formatos, peças e mídias. Creditamos ao Caixola, no primeiro semestre de 2009, a solução de 10 (dez) diferentes briefings, que já resultaram em peças de comunicação ou estão em fase de produção. importa destacar entre eles: 1. Briefing Cannes Young Lions/Youtube - finalista; 2. Capa do livro MACHADO, Maria Berenice (org). Publicidade e propaganda:200 anos de história no Brasil. Novo Hamburgo/RS: Feevale, 2009, 408 p. (ISBN 978-85-7717-095-1); 3. Cartaz de Divulgação para Seminário realizado pela Nutrição/UFCSPA; 4. Identidade Visual e promoção realizada para Seminário de Alcoolismo e Mídia organizado pelo AA/HCPA; 5. Criação de material de divulgação para o Grupo Escoteiro Dom Bosco; 6. Cartazes de divulgação para a programação do Cine F da Fabico. Recentemente, o Clube de Criação assumiu o seguinte posicionamento: Mais do que boas soluções gráficas e audiovisuais, saem do Caixola conceitos impactantes e pertinentes. Nossas caholas são pequenas, pórém potentes fábricas de idéias. A partir dessa orientação, o Caixola pretende ampliar e qualificar, cada vez mais, o seu trabalho.