

211

O PROCESSO DE CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA E O ESTUDO DA TÉCNICA DE LABORATÓRIO. *Vinicius Montiel de Castro, Mariângela Toaldo (orient.) (ESPM).*

O trabalho propõe estudar como a contextualização do publicitário através da técnica de laboratório pode contribuir para o processo de criação. Trata-se da questão do estímulo criativo: a diferença que a exploração de vivências contextuais faz para o alcance de *insights* que resultam em soluções criativas em relação ao trabalho desenvolvido puramente no ambiente da agência. Para contextualizar o estudo, a técnica de laboratório é testada no processo de criação de uma campanha publicitária contra o tabagismo no ambiente do Hospital Porto Alegre. O trabalho aborda características das etapas do processo de criação publicitária; da técnica de laboratório; diferenças nas peças criadas pelos profissionais que realizaram o laboratório e por aqueles que não passaram por esta experiência. Apresenta-se assim, uma pesquisa teórico-empírica, qualitativa, a partir do método de estudo de caso. O projeto apresenta-se na fase de seleção dos grupos para em seguida ser aplicado a técnica de laboratório no hospital.