



## Campanha “Cores” para Cursos MAM<sup>1</sup>

Maria Isabel Gonçalves Cerri<sup>2</sup>

Vidjai Nogueira Fernandez Rodrigues<sup>3</sup>

Maria Aparecida da Silva Matuck<sup>4</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP

### RESUMO

O MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo – oferece cursos relacionados a arte, cenários, pintura em cerâmica, história da arte, etc., ministrados por grandes nomes da arte contemporânea brasileira. Para promover estes cursos o MAM desejava criar uma campanha cujo objetivo fosse divulgá-los, preencher as vagas oferecidas e ainda aumentar em 10% o número de inscrições. Como a mídia que o MAM utiliza para sua comunicação é conseguida através de permuta, não havia muito espaço disponível para essa campanha, os cursos não poderiam ser divulgados individualmente. Para atender ao objetivo de comunicação do Museu foi criada uma campanha cujo objetivo era mostrar que com os cursos do MAM aquela pessoa poderia conhecer muito mais a respeito de arte do que apenas os fatos superficiais ou os artistas de maior destaque. Foram criados 5 anúncios de página dupla a partir deste conceito.

### PALAVRAS CHAVE

MAM; Cursos; Arte, Mídia Impressa; Anúncio.

### INTRODUÇÃO

Anualmente a ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing – realiza para os alunos do curso de Comunicação Social, que optam por Criação como especialização, uma maratona criativa de 12 horas. Nessa edição da maratona o cliente convidado foi o MAM – Museu de arte Moderna de São Paulo – e a intenção era criar uma campanha para promover os cursos que o museu oferece. São realizados cursos das mais variadas vertentes artísticas, indo desde desenho de cenários até história da arte ou criação de figurinos. A mídia utilizada na veiculação dessas peças é conseguida por meio de permuta, por isso há pouco espaço para promover os cursos individualmente, de forma que é necessário promovê-los todos juntos.

### 2. OBJETIVO

O objetivo do trabalho era o de promover os cursos de arte do MAM de maneira conjunta. Era necessário levar em conta o público-alvo do museu e a intenção da campanha era também de aumentar em 10% a frequência dos cursos.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI prêmio Expocom 2009, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha publicitária.

<sup>2</sup> Aluna do 8º. Semestre de comunicação social na ESPM, e-mail: mel.cerri@gmail.com

<sup>3</sup> Aluno do 8º. Semestre de comunicação social na ESPM, e-mail: vidjai182@hotmail.com

<sup>4</sup> Professora de criação do curso de comunicação social na ESPM e orientadora de criação na citada maratona, e-mail: mmatuck@espm.br.



### 3. JUSTIFICATIVA

Foram criados 5 anúncios de página dupla a partir do conceito de que “com os cursos do MAM pode-se conhecer muito mais a respeito da arte do que fatos superficiais e artistas famosos”, que se utilizam de temas artísticos comumente conhecidos e também de atividades cotidianas da vida dessas pessoas, para mostrar que somente no MAM é possível conhecer mais sobre arte aprendendo com os melhores artistas contemporâneos brasileiros.

#### 3.1. Os cursos do MAM

O MAM se orgulha em oferecer diversos cursos de arte ministrados por grandes nomes da cena artística contemporânea. Entre as diversas opções de cursos estão: fotografia, desenho, oficina de cor, aquarela, figurino, etc. O diferencial competitivo destes cursos são os professores atuantes em suas áreas e também a marca MAM, forte e reconhecida entre os simpatizantes por arte.

#### 3.2. O público de interesse

O público normalmente freqüentador destes cursos é composto por mulheres entre 20 e 50 anos de idade, que participam deles como forma de enriquecer sua cultura e também praticar um hobby. Os cursos não são profissionalizantes e o foco do museu não é formar artistas e sim ampliar a base de freqüentadores do museu e apreciadores de arte.

Este público gosta de possuir um conhecimento artístico acima da média e se considera interado sobre nomes e fatos da cena artística contemporânea. O Museu divulgou que embora tenham uma boa fidelidade, há ainda vagas ociosas em seus cursos.

#### 3.3. O conceito

Embora o público-alvo da campanha se considere culto, muitos dos professores que ministram cursos no MAM não são conhecidos por sua maioria. Estes professores são também artistas de renome da cena contemporânea e compõem o diferencial competitivo citado pelo cliente. Aproveitando este relativo “anonimato” dos professores e também a auto-imagem que o público freqüentador dos cursos faz de si mesmo, o conceito da campanha era desafiar o leitor, mostrando que ele pode conhecer muito sobre arte, mas que somente se inscrevendo em cursos do MAM ele poderá se diferenciar de seus amigos e colegas, atingindo um novo patamar de referências, conhecimento e cultura.

Para tanto pesquisamos ícones e fatos conhecidos por todos os simpatizantes por arte, comparando-os com o conhecimento aprofundado que os cursos do MAM podem oferecer. Utilizamos também referências que fazem parte do cotidiano deste público (como o elenco da novela das 8), para mostrar que cultura só se conquista com grandes mestres, no caso, artistas-professores dos cursos do museu.

Assim, tanto os que conhecem arte apenas superficialmente como aqueles que possuem uma base maior teriam acesso ao conteúdo da campanha, o que possivelmente reverteria em maior número de inscritos para os cursos.

#### 3.4. A Campanha

**Anúncio 1 - Van Gogh** - Trata-se de um anúncio de página dupla que cita a “orelha cortada de Van Gogh” e lança um desafio para aqueles que acreditam que arte vai além deste tipo de conhecimento superficial. De uma maneira irônica, ele desafia o leitor a ampliar seu repertório cultural se inscrevendo em cursos do MAM. Ao citar a orelha cortada de Van Gogh, o anúncio faz referência a um evento comumente conhecido e convida o leitor a apreciar mais do que apenas os eventos óbvios no mundo da arte. E a melhor maneira de fazê-lo é atendendo a cursos no MAM.



**Anúncio 2 Professores** - Trata-se de um anúncio de página dupla que mostra que grandes artistas da arte contemporânea também são professores, caso o leitor se inscreva em cursos exclusivos no MAM. Assim o leitor é convidado a ampliar ainda mais seu repertório cultural, aprendendo com os melhores. Ele cita o nome de artistas muito conhecidos pelo público envolvido com a arte moderna mas que não fazem parte do repertório da maior parte dos paulistanos. Estes artistas são os mesmos que ministram cursos no MAM.

**Anúncio 3 - Novela** - Trata-se de um anúncio de página dupla que compara o elenco da novela das 8 com grandes professores e artistas da cena contemporânea atual. Utilizando um ícone que faz parte da vida de grande parte das mulheres, este anúncio faz com que o público seja instigado a ampliar ainda mais seu repertório cultural, aprendendo com os melhores. Ele cita o nome de artistas muito conhecidos e os compara ao elenco da novela das 8. Com um tom divertido e desafiador, o anúncio testa os conhecimentos do leitor, mostrando que se ele quer cultura de verdade, deve procurar os cursos do MAM.

**Anúncio 4 - Obra** - Trata-se de um anúncio de página dupla que cita que caso o leitor se inscreva em um curso do MAM, ele se tornará a mais recente obra de grandes artistas da cena contemporânea, uma vez que são eles mesmos os professores dos cursos. Esta é uma chance única de aprender com os melhores de seu tempo. Ele mostra que, ao se inscrever em cursos do MAM, o leitor se tornará a obra mais recente de um grupo de artistas conceituados da cena contemporânea. Estes artistas são os mesmos que ministram os cursos no museu, e somente assim o leitor terá a oportunidade de aprender com os melhores de seu tempo.

**Anúncio 5 - Leonardo da Vinci** - Trata-se de um anúncio de página dupla que conta, com humor, que caso ainda estivesse vivo, Leonardo da Vinci seria um professor no MAM. Desta forma ele coloca em destaque a representatividade e peso dos professores do museu, convidando o leitor a aprender com os melhores artistas de seu tempo. Ele conta que por uma diferença mínima de apenas 500 anos, Leonardo da Vinci não foi escalado como professor de um curso no MAM. Com humor o anúncio fala do grau de representatividade dos professores do museu, convidando o leitor a aprender com os melhores artistas de seu tempo

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS

Foi utilizada a técnica da livre associação de idéias partindo do desafio de persuadir um público que se considera culto, a ampliar ainda mais a sua cultura, aprofundando seus conhecimentos em cursos do MAM.

#### 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO E PROCESSO

Iniciamos o processo com um *brainstorm* a respeito do que poderia levar uma maior parcela do público a se interessar pelos cursos do MAM. Após esse *brainstorm*, selecionamos as melhores idéias e começamos a aperfeiçoá-las, melhorando o conteúdo e lapidando a forma. Consultamos as duas pessoas representantes do museu, presentes na maratona, para sabermos mais sobre os cursos e seus professores, pois não foi possível encontrar informações aprofundadas na internet. Pesquisamos também ícones vastamente conhecidos por simpatizantes por arte, para compor toda a idéia da campanha, assim como referências do cotidiano do público que frequenta os cursos.

Após este processo, tendo um conceito único em mãos, iniciamos o desenvolvimento dos anúncios no computador.

Trabalhamos com um layout “*clean*”, com cores normalmente utilizadas pelo MAM em campanhas anteriores, para que fosse fácil identificar o anunciante. Utilizamos também a fonte padrão do museu (Helvetica) e posicionamos os elementos fora de uma grade rígida, dando maior dinâmica ao layout.



### **Transcrição dos Anúncios:**

#### **Anúncio 1:**

Tuneu  
Marcelo Greco  
Gal Oppido  
Magnólia Costa  
Simoneta Persischeti  
Teresa Berlinck  
Dudi Maia Rosa  
Sergio Niculitcheff

Você só reconhece artistas que cortaram a orelha? Aprenda com os melhores, hoje.

Cursos MAM  
Desenho| Pintura| Teatro| Cinema| História da Arte| Fotografia  
Museu de Arte Moderna MAM de São Paulo  
MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo  
Parque Ibirapuera Portão 3  
04094-000 São Paulo SP Brasil  
TEL: (11) 5084 0050  
[www.mam.org.br](http://www.mam.org.br)

#### **Anúncio 2:**

Prof:  
Tuneu  
Marcelo Greco  
Gal Oppido  
Magnólia Costa  
Simoneta Persischeti  
Teresa Berlinck  
Dudi Maia Rosa  
Sergio Niculitcheff

Transformamos grandes artistas em professores. Aprenda com os melhores, hoje.

Cursos MAM  
Desenho| Pintura| Teatro| Cinema| História da Arte| Fotografia  
Museu de Arte Moderna MAM de São Paulo  
MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo  
Parque Ibirapuera Portão 3  
04094-000 São Paulo SP Brasil  
TEL: (11) 5084 0050  
[www.mam.org.br](http://www.mam.org.br)

#### **Anúncio 3:**

Tuneu  
Marcelo Greco  
Gal Oppido  
Magnólia Costa



Simoneta Persischeti  
Teresa Berlinck  
Dudi Maia Rosa  
Sergio Niculitcheff

Para você que acha que esse é o elenco da novela das 8. Aprenda com os melhores, hoje.

Cursos MAM  
Desenho| Pintura| Teatro| Cinema| História da Arte| Fotografia  
Museu de Arte Moderna MAM de São Paulo  
MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo  
Parque Ibirapuera Portão 3  
04094-000 São Paulo SP Brasil  
TEL: (11) 5084 0050  
[www.mam.org.br](http://www.mam.org.br)

**Anúncio 4:**

Tuneu  
Marcelo Greco  
Gal Oppido  
Magnólia Costa  
Simoneta Persischeti  
Teresa Berlinck  
Dudi Maia Rosa  
Sergio Niculitcheff

A partir de fevereiro, você será a obra desses artistas. Aprenda com os melhores, hoje.

Cursos MAM  
Desenho| Pintura| Teatro| Cinema| História da Arte| Fotografia  
Museu de Arte Moderna MAM de São Paulo  
MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo  
Parque Ibirapuera Portão 3  
04094-000 São Paulo SP Brasil  
TEL: (11) 5084 0050  
[www.mam.org.br](http://www.mam.org.br)

**Anúncio 5:**

Tuneu  
Marcelo Greco  
Gal Oppido  
Magnólia Costa  
Simoneta Persischeti  
Teresa Berlinck  
Dudi Maia Rosa  
Sergio Niculitcheff

Putz, perdemos Leonardo por 500 anos. Aprenda com os melhores, hoje.

Cursos MAM



Desenho| Pintura| Teatro| Cinema| História da Arte| Fotografia

Museu de Arte Moderna MAM de São Paulo

MAM – Museu de Arte Moderna de São Paulo

Parque Ibirapuera Portão 3

04094-000 São Paulo SP Brasil

TEL: (11) 5084 0050

[www.mam.org.br](http://www.mam.org.br)

## **6. CONSIDERAÇÕES**

O anúncio é parte integrante de uma campanha que seguia o mesmo conceito. Foi necessário levar em conta não só o objetivo do MAM em aumentar o público freqüentador dos cursos como também o repertório do leitor da peça, suas principais atividades diárias, o que a motivava para realizar este tipo de curso e também a necessidade do anunciante em comunicar todos os cursos de maneira conjunta.

## **REFERÊNCIAS**

CARRASCOZA, J. **Do caos à criação**. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

Site do MAM. Disponível em <<http://www.mam.org.br>> Acesso em 1º. de novembro de 2008.