

THE COMMUNICATION OFFICE

The Communication Office for Contemporary Design and Architecture Culture é uma agência de comunicação especializada em estratégias de comunicação aplicadas ao design, à arquitectura e à cultura contemporânea.

Ao serviço da comunidade criativa nacional e internacional e motivada pela vontade de encontrar novas afinidades e formatos de comunicação, *The Communication Office* é uma prática emergente que opera, de forma independente e sustentável, nos intervalos entre quem cria, quem recebe e quem consome.

O seu objectivo de promover e fomentar a importância das práticas criativas na inovação e no desenvolvimento socioeconómico contemporâneo só é possível a partir do seu entendimento e paixão por estas práticas, experiência e conhecimento dos *media* especializados e, acima de tudo, pela forma como reúne, numa mesma cúpula, *Publicity*¹ e *Publishing*², dois instrumentos de comunicação que juntam pensamento e acção na construção de estratégias integradas de dimensão local, nacional e internacional.

Com um alcance significativo na divulgação e promoção de «*bright minds*» (arquitectos/designers/...) e de «*beautiful ideas*» (projectos/objectos/...), bem como, na intervenção crítica que faz sobre a comunicação em si, *The Communication Office* conjuga, de forma sinérgica, os diferentes agentes culturais, criativos e informativos, que interferem, nos contextos sociais, culturais e económicos onde participam.

Perseguindo os seus objectivos de estimular o sentido experimental e crítico, influenciar a opinião pública e colocar a criatividade nacional no panorama internacional, a agência representa, no âmbito da mediatização, os diferentes agentes culturais e artísticos, e posiciona-se também como agente directo de criação e produção, consultor e prestador de serviços integrados de *Experimental Publishing*³ e *Experimental Publicity*⁴.

Não se limita a nenhuma forma de comunicação, usa os meios e modelos de comunicação tradicionais e privilegia, acima de tudo, a reflexão e o ensaio de novos conceitos e formatos comunicantes, como forma de estabelecer relações sólidas e estratégicas junto da imprensa, da comunidade criativa, da crítica e dos diferentes públicos.

The Communication Office é uma equipa multidisciplinar de profissionais que, numa lógica de colaboração e *networking*, se projecta em território nacional e internacional, com clientes que partilham os mesmos objectivos:

Afirmar o seu trabalho / Ir ao encontro do seu público / «Consumir» e celebrar a cultura criativa contemporânea.

.....

1. PUBLICITY por definição, é a «tentativa deliberada para direccionar a percepção do público sobre um assunto». *Como podemos hoje direccionar a percepção do público?*

2. PUBLISHING por definição, significa «tornar algo público». *Que queremos hoje tornar público?*

3. EXPERIMENTAL PUBLISHING é uma prática editorial experimental (fundada na experimentação) e (ou) experimentável (que se pode experimentar) que explora novas aproximações ao *Publishing*², desafiando os seus limites e leque de leituras, abrindo caminho a novos conceitos e dinâmicas de utilização:

Se, por um lado, o **Custom Publishing** (Edições Corporativas) desenvolve, acompanha e promove objectos editoriais (livros/catalogos/posters/flyers/...) que permitem uma comunicação mais directa entre os agentes criativos e o seu público específico;

Por outro, o **Curating Publishing** (Curadoria Editorial) investe em outras direcções que desafiam novas dinâmicas e frentes de acção, como forma de aproximar o público, leigo ou especializado, à esfera criativa contemporânea.

4. EXPERIMENTAL PUBLICITY é uma prática de comunicação experimental e (ou) experimentável que assume a *Publicity*¹ como disciplina de projecto, investindo de forma não convencional nas suas capacidades de ir mais longe no que toca à interacção com os diferentes públicos:

Se, por um lado, o **Press Publicity** (Assessoria de Imprensa) ao desenvolver acções de *project placement* utiliza as ferramentas de comunicação convencionais (*press-releases/press-kit/follow-up* e *press-clipping*) para conquistar mediatismo e gerir um relacionamento directo e sistemático com os órgãos de comunicação social;

Por outro, a **Curating Publicity** (Curadoria de Comunicação) ensaia e desenvolve diferentes afinidades e modelos de comunicação que fazem frente aos formatos tradicionais de *Publicity*¹ e que incidem sobre a imprensa, a nível particular, empresarial e institucional.

1. PUBLICITY by definition, is «a deliberate attempt to direct the public's perception of a subject.» How can we currently define «directing» the public's perception?

2. PUBLISHING by definition, is «to make something public». What do we want to make public in contemporary society?

3. EXPERIMENTAL PUBLISHING is a publishing practice which is based on experimentation and is also, in turn, something which could be experimented, exploring new approaches to Publishing² and challenging its boundaries. It is capable of opening up the scope for debate and making it more dynamic, whilst exploring new ways, concepts and uses:

On the one hand, **Custom Publishing** develops, runs parallel to, and also promotes publications (books/catalogues/posters/flyers/...) thus allowing more direct contact between those who create and their target public;

On the other hand, however, **Curating Publishing** invests in new directions, exploring new dynamic and plans of action as a way to get the public closer, whether layperson or specialist, to the contemporary creative sphere.

4. EXPERIMENTAL PUBLICITY is the practice of experimental communication (or that which could be experimental) which embraces Publicity¹ as part of a project, investing in unconventional ways in its ability to take interaction with its different public that little bit further:

On the one hand, **Press Publicity** when developing project placement, chooses the most appropriate means of communication to obtain maximum media coverage, using conventional communication (*press-releases/press-kit/follow-up* and *press-clippings*) and organises a direct and systematic relationship with the press;

On the other hand, **Curating Publicity** is developing and experimenting with new models of communication which are coming face to face with traditional Publicity¹ and which affect media at private, entrepreneurial and institutional level.

The Communication Office for Contemporary Design and Architecture Culture is a communication office specialised in communication strategies for Architecture, Design and other creative practices.

Serving the creative communities at both national and international level, motivated by challenges and differing ways of communication, The Communication Office is an emerging practice that offers a new way of working independently and sustainably, whilst acting as a link between those who create, those who receive and those who consume. The idea is also to promote and encourage the importance of creative culture, with emphasis on innovation and socio-economic development.

This goal is only possible with our enthusiasm and a passion for these areas, experience in communication as well as familiarity with specialist media, particularly the way in which Publicity¹ and Publishing² bring together thought and action within the construction of integrated strategies at local, national and international level.

Wide-reaching in its promotion of «bright minds» (architects/designers/...) and «beautiful ideas» (projects/objects/...), yet critical in its intervention, The Communication Office brings together different cultural, creative and informative elements which make up the contemporary social, cultural and economic landscape.

The Communication Office aims to stimulate the critical sense, encourage the experimental, influence public opinion and place the national creativity within an international context, as well as representing different cultural and artistic agents. It also sees itself as part of the process of creativity and production, while at the same time as consultant and service provider for Experimental Publishing³ and Experimental Publicity⁴.

There is no need to be limited to any particular means of communication. More traditional ways can be used, but new concepts, formats and reflection are paramount as a way of forming strong links with the press, those who create, critics and a wide-ranging public.

The Communication Office is a multidisciplinary team of professionals who, via collaboration and networking, work alongside clients with the same aims and objectives:

Legitimise your work / Find your public / Celebrate and «consume» contemporary creative culture.

WWW.THECOMMUNICATIONOFFICE.COM

FOR CONTEMPORARY DESIGN AND ARCHITECTURE CULTURE EXPERIMENTAL PUBLICITY/PUBLISHING

