

Site como referencia de comunicação – Estudo de Site G1000¹

Jairo Araujo dos **SANTOS**²

Louise Anne Eugênio **DUTRA**³

Lizie Sancho **NASCIMENTO**⁴

Resumo

O Grupo de Mídia Interativa da Unifor (G1000) formado por alunos da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) visa proporcionar uma experiência de mercado, através de casos reais onde professores alunos e instituições sem fins lucrativos são beneficiados com o trabalho do grupo. O presente estudo mostra o desenvolvimento de um site do G1000 como fonte propagadora de informações e as etapas para a sua elaboração.

Introdução

O Grupo de Mídia Interativa da Unifor (G1000) tem o objetivo de fomentar o estudo e desenvolvimento das mídias digitais nos estudantes da Universidade de Fortaleza.

Com o intuito de capacitar os alunos da Universidade de Fortaleza para o desenvolvimento de projetos em mídias digitais, interativas e sociais, um grupo de alunos e professores criou um espaço dedicado para a divulgação desses trabalhos, o site do G1000 - Grupo de Mídia Interativa da Unifor (g1000.net.br).

Além disso, os alunos da universidade podem aprender e dividir as suas dúvidas. Reunir profissionais e estudantes em discussões sobre o âmbito das novas mídias que já despontam como uma das principais formas de comunicação.

Objetivo Geral

Desenvolver um site sobre comunicação digital afim de fomentar o conhecimento na área e dos alunos, bem como estimular pesquisas e outros projetos.

Objetivo Especifico:

¹ Trabalho submetido ao XIV Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Portal.

² Estudante do 8º. Semestre do Curso de publicidade e propaganda, email: jairoaraujos@gmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de publicidade e propaganda, email: louiseanne.design@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de publicidade e propaganda, email: liziesancho@gmail.com

- Desenvolver e disponibilizar na internet, em forma de site, o "Grupo de Mídia Interativa da Unifor" (G1000);
- Envolver alunos da UNIFOR e integrantes do grupo com as novas mídias.
- Divulgar o Grupo dentro da universidade e fora para estudantes e profissionais interessados em mídias digitais;
- Contribuir com a discussão sobre as novas mídias com os alunos da universidade participantes do grupo e profissionais da área.

Justificativa:

Com o site o grupo tem a possibilidade de compartilhar o conteúdo desenvolvido e reunir dados de estudos em local de fácil acesso, com isso o G1000 poderá incitar uma maior interação entre alunos e profissionais. Estimulando entre estes o interesse no desenvolvimento de novos projetos e problemáticas de pesquisa.

A internet é uma excelente ferramenta de comunicação e fundamental para o atual padrão de comunicação das empresas.

“A internet constituiu-se hoje no conjunto de Tecnologias da Informação de maior crescimento e impacto na sociedade. Através da Internet as organizações podem definir critérios de atuação em ambiente competitivo onde todos possuem iguais condições. Alguns autores já citam a grade influência em negócios de empresas que utilizam a Internet, por um lado como fonte de informação, e de outro através do uso de sites como novo canal de comunicação, divulgado produtos, oferecendo serviços e estruturando um novo ambiente de negócios. (WANG, 1998; PALMER, 1998; KANNAN, 1988; RAO, 1998; MORT, 1988; BERTOT, 1998; HUFF, 2000; VASSOS, 1997 apud JANISSEK, 2000)

Devido ao ambiente em que o site do “Grupo de Mídia Interativa da Unifor” se encontra (o ciberespaço), e também devido à intenção de que este seja concebido de forma colaborativa, entendemos a cibercultura a partir de André Lemos (in LEMOS; CUNHA, 2003, p.1), que a define como “[...] a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70”. Ou seja, um

meio aberto a todos, não apenas na utilização de seu conteúdo como no auxílio de sua construção.

Métodos e Técnicas Utilizados

Para o desenvolvimento desse site foi necessário uma base teórica e prática, adquiridas a partir de busca por referenciais teóricos e por isso essa pesquisa se caracteriza do tipo exploratória com caráter bibliográfico e quantitativo.

Após aquisição do conhecimento necessário, a elaboração do site contou com diversas etapas definidas no início do projeto.

Com a conclusão do site, semanalmente os integrantes se reúnem para e desenvolver conteúdo para o blog.

Descrição do Produto ou Processo

O site (g1000.net.br) é desenvolvido e mantido pelos alunos e uma professora da Universidade de Fortaleza (UNIFOR) que fazem parte do G1000 - Grupo de Mídia Interativa da Unifor.

O layout foi desenvolvido para ser simples limpo e dar mais destaque ao conteúdo do site, como as imagens e textos produzidos, as cores utilizadas fazem parte da identidade da marca como o branco o preto e tons de cinza. A marca foi desenvolvida pelos próprios alunos do grupo e se encontra no canto superior esquerdo. O preto dinamiza a leitura de textos além de ajudar as outras cores a se tornarem vibrantes. Na página inicial o site possui um grande espaço para imagens que se alternam, são utilizadas como chamadas para as principais notícias. O cabeçalho do site apresenta o menu principal com cinco opções, são elas: “Home”; “Sobre”; “Blog”; “Portfólio”; “Contato”. Ao clicar num link dos menu a página correspondente ao link será aberta. Além dessas opções, para maior contato e interação com os usuários o site possui um link para página do grupo na rede social Facebook que se encontra no rodapé, canto inferior direito.

O conteúdo do site “Grupo de Mídia Interativa da Unifor”- g1000.net.br - está distribuído da seguinte maneira:

Cabeçalho

- a) Na opção “Home”, o link leva o usuário para a página inicial do site onde encontrará a chamada para as principais notícias.
- b) O segundo link “Sobre”, mostra uma página com a descrição do grupo com uma imagem dos integrantes.
- c) O terceiro link “Blog”, abre uma página com as postagens feitas pelos estudantes e colaboradores sobre as principais notícias envolvendo as mídias digitais e sociais. na ordem dos mais recentes para as postagens mais antigas. Em todas as postagens há um recurso para que o usuário possa interagir nas redes sociais facebook, twitter e Google Plus com o conteúdo do blog. No canto direito da página são encontrados dois botões que servem como link para o RSS do blog e a página do G1000 no Facebook. Logo abaixo segue uma lista de categorias do blog.
- d) O quarto link do menu principal é o “Portfolio”, nessa página são apresentados os trabalhos desenvolvidos pelo grupo como jogos, sites e CD-ROM interativos.
- e) O quinto e ultimo link “Contato”, nessa página são apresentados três campos para contato com o usuário, são eles: nome, e-mail e mensagem.

CONSIDERAÇÕES

Durante o desenvolvimento do site do G1000 – Grupo de Mídia Interativa da Unifor, surgiram dificuldades como criar uma identidade visual com a busca de cores que remetessem a marca e ao perfil do público além disso, o estudo de linguagem que deve ser trabalhada adequadamente para o público na criação de conteúdo e material relevante para ser publicado.

A análise das métricas no Google analytics no qual os números de acesso do site são medidos de acordo com as novas publicações e produção de conteúdo relevante para o público. As redes sociais como Facebook, Twitter e Google Plus foram utilizadas para uma maior visibilidade do site, apresentando assim crescimento do alcance de visualização. O mecanismo de busca utilizado dentro do próprio site se torna relevante pela proposta do site de agregar um grande volume de conteúdo.

Esse trabalho serve de início para um futuro estudo de um planejamento de marketing digital e para firmar o site como uma das grandes ferramentas comunicacionais de uma empresa.

Referências

WANG, S. **Impacto f Information technology on organizations. Human Systems Management.** Saint John, Canadá. 1997.

PALMER, J.M.; RIFFITH, D. A. **An Emerginf Model of web site Design for Marketing.** Communications of the ACM. Vol 41. N°3. March 1998. Pag.45-51.

KANNAN, P.K. CHANG, A.; WHINSTON, A.B. **Marketing Information on the I-way.** Communications of the ACM. Vol 41. N°3. March 1998. Pag. 35-43.

RAO, H.R; SALAM, A.F.; DosSantos, B. **Marketign and teh Internet. Communications of the ACM.** March 1998/ Vol 41. N° 3, pag 31-34.

MORT, D. **The Impacto f the Internet on the EUropean Online Business Information Market. Database.** Aug-Set 1998, pag 74-78.

RECUERO, R. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

HUFF, S.L. ET AL. **Cases in Eletronic Commerce.** McGraw-Hill, USA: 2000.

LEMOS, A. & CUNHA, P. **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003.

VASSOS, T. **Marketing Estratégico na Internet.** São Paulo, Makron Books, 1997.