



## **Site Desenvolvido para Campanha Publicitária do Instituto de Educação Infantil Mini Mundo <sup>1</sup>**

Thiago Arthur Gomes de ASSIS<sup>2</sup>

Bruno César de SOUZA

Alexandre Ferreira NUNES

Marleyde Alves dos SANTOS

Mayra Magalhães GOMES<sup>3</sup>

Lamounier Lucas PEREIRA Jr.<sup>4</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

### **RESUMO**

O Instituto de Educação Infantil Mini Mundo é uma escola que presta serviços a alunos do berçário, maternal, 1º e 2º períodos e ensino fundamental (1ª a 5ª série). O site criado faz parte da campanha publicitária desenvolvida com o objetivo de explorar o potencial que a escola possui, de oferecer um atendimento de qualidade a seus alunos. Além de tornar a escola mais conhecida na região onde se encontra e aumentar de forma significativa o número de alunos, através da mudança e criação de uma identidade estruturada para escola.

**PALAVRAS-CHAVE:** Campanha publicitária; escola; Mini Mundo; site.

### **1 INTRODUÇÃO**

Conhecer o histórico de uma empresa é de suma importância para o desenvolvimento de um trabalho eficaz, pois somente após a análise de seu passado e presente, pode-se então projetar um futuro a ser realizado. Segundo Ferrari (2002, p.27):

Antes de começar seu trabalho, é de fundamental importância que a agência conheça tudo aquilo que foi anteriormente com relação a comunicação do cliente, e quais os resultados alcançados. A agência precisa ter a humildade de aprender a partir das experiências anteriores e a coragem de repetir (se necessário) fórmulas que já deram certo.

Foi então necessário que o cliente compartilhasse com a agência as experiências vividas e as expectativas projetadas, integrando-a de todas as transformações ocorridas desde sua criação. O Centro de Educação Infantil Vieira Marques já existia desde

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Site.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva. email: thiagoarthur.pp@gmail.com

<sup>3</sup> Discentes do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Newton Paiva. email: raoult@bol.com.br.

janeiro de 2007 no bairro Jardim Riacho, em Contagem, tendo sido arrendada a estrutura de uma escola que já funcionava no local, chamada Instituto Cláudia Villar, fundado em 1999. Uma das atuais proprietárias, Ana Paula Vieira Marques, era professora do Instituto Cláudia Villar e em 2006, quando a proprietária resolveu arrendá-la, Ana Paula se interessou, pois já conhecia a estrutura da escola e os clientes da mesma.

Assim nasceu em 2007 o Centro de Educação Infantil Vieira Marques, e em 2 anos da gestão de Ana Paula Vieira Marques o número de alunos dobrou em relação ao antigo Instituto Cláudia Villar, passando de 50 alunos no final do ano de 2006, para 105 alunos no início do ano de 2009.

O Centro de Educação Infantil Vieira Marques foi gerenciado exclusivamente por Ana Paula Vieira Marques, até que em 2009 parte da escola foi vendida para a irmã da mesma, que implementou alterações na gestão, que mudaram a conduta atual e os planos futuros da escola.

Nesse momento de transição vivenciado pelo Centro de Educação Infantil Vieira Marques, as proprietárias da mesma, decidiram que a escola precisava de um novo nome à partir de 2010, pois para a nova sócia Marcela Bacellar, o nome Vieira Marques não representava o universo infantil de forma atraente, não estando alinhado a identidade desejada para a escola, e esse momento de mudança geral no Centro de Educação seria ideal para mudar também o nome do mesmo. Ana Paula Vieira Marques aceitou a proposta de sua sócia, pois alegou que em meio aos novos objetivos empresariais traçados por elas um novo nome que remetesse a infância seria importante para consolidar as transformações administrativas e pedagógicas ocorridas até então, bem como, também era importante criar uma identidade estruturada para escola.

Sendo acordado entre agência e empresa a elaboração de um plano de comunicação para a escola, as proprietárias pediram a agência que as auxiliasse no processo de escolha de um novo nome. Conhecendo o que já foi planejado e realizado pela escola, e ciente dos planos futuros da mesma, a Rainha Comunicação Estratégica acompanhou todo o processo da mudança de nome da escola.

Sem conhecer a história de uma empresa é praticamente inviável projetar seu futuro, pois os fatos passados apresentam uma trajetória a ser seguida ou repelida conforme os resultados obtidos.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo da Agência Rainha Comunicação Estratégica foi desenvolver um plano de comunicação para o Centro de Educação Infantil Vieira Marques. A agência tem como foco a criação de soluções de comunicação, baseadas na realidade dos clientes, sendo importante para a eficácia do projeto desenvolvido para o Centro de Educação Infantil Vieira Marques o conhecimento de seu mercado de atuação, bem como, conhecer seu posicionamento atual e seus objetivos futuros.

Localizado em um bairro tradicional da cidade de Contagem, o Centro de Educação Infantil Vieira Marques é uma escola para crianças de 0 a 10 anos de idade, Atualmente gerida por Ana Paula Vieira Marques, pedagoga e sócia majoritária da mesma.

A escola encontrava-se em um momento de grande transformação, as mudanças que estavam ocorrendo no Centro de Educação Infantil englobavam desde a escolha de um novo nome para a escola, até a mudança de seu sistema de ensino, e essas fazem parte da reformulação proposta pela nova sócia da escola, Marcela Bacellar, irmã de Ana Paula Viera Marques. Devido a esse conjunto de mudanças, havia, por parte das proprietárias, o interesse em criar uma identidade consistente e uma divulgação estruturada de seus serviços.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Compreendemos, através da análise ambiental, que o Instituto de Educação Infantil Mini Mundo possuía excelente potencial empresarial para crescer em seu segmento de mercado. Dessa forma, foi necessário planejar e executar ações que maximizem os pontos fortes e as oportunidades da escola, e minimizem os pontos fracos e ameaças. Havia a necessidade de possuir um site para a escola com o objetivo de informar aos pais dos alunos e dos possíveis futuros alunos, sobre assuntos relacionados à estrutura física, proposta pedagógica, eventos realizados na escola, espaço para contato entre pais e professores e outros.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A ilustração foi primeiramente desenvolvida à mão, com lápis HB sobre papel A4 *offset*. Só então foi digitalizada e redesenhada no *Illustrator*. Neste *software*, ela ganhou contornos com a ferramenta *pen*. O próximo passo seria a colorização. Mas, antes de colori-la, foi definida uma paleta de cores que deveria ser utilizada para garantir a harmonia cromática. Tendo em mente o tema infantil abordado, foram escolhidas as cores e elas foram aplicadas em seguida pela ferramenta *live paint bucket*. Posteriormente, o site foi animado no *Flash*. Os botões foram os primeiros a ganhar movimento, através de *movieclips*. O mundo, por sua vez, gira em loop graças à aplicação de *actions*.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Esse item é de suma importância para alcançar os objetivos traçados. Pois a análise do cliente identificou problemas de comunicação que deverão ser solucionados, para que o Centro de Educação Infantil Vieira Marques obtivesse os resultados esperados com a campanha elaborada. Sendo assim, a comunicação será ponto chave nesse projeto. Em relação à comunicação deverá ser trabalhado o posicionamento da marca de forma clara, bem como, o estabelecimento de uma identidade visual adequada ao seu ramo de atuação empresarial e seu novo nome. Também é necessário, a elaboração de uma ação de fidelização dos consumidores do serviço, bem como a elaboração de uma campanha direcionada para a captação de novos alunos. A divulgação da mudança de nome da escola estará atrelada a divulgação da abertura de matrículas para o ano de 2010. Sabe-se da importância que uma mudança de nome tem para uma empresa, porém o cliente não poderia dispor de recursos para elaborar uma campanha com o único objetivo de comunicar essa mudança. Dessa forma, o conteúdo das peças criadas para a campanha engloba a mudança de nome, os atributos da escola, e a abertura de inscrições para o ano letivo de 2010.

Na pesquisa feita com os pais de alunos do Centro de Educação Infantil Vieira Marques percebeu-se que a qualidade de ensino é o fator mais importante para eles na escolha de uma escola para seus filhos. Portanto a campanha elaborada deverá oferecer ao *target* a maior qualidade possível no âmbito educacional. Mostrando que seus filhos terão a melhor prestação de serviço que a escola pode oferecer.

## 5.1 SITE

O site elaborado para o Instituto de Educação Infantil Mini Mundo é parte fundamental da estratégia de comunicação traçada para a escola, pois nele consta todas as informações pertinentes sobre a mesma. Além disso, o próprio design do site e sua dinâmica de interação já trazem em si as idéias de movimento e de um mundo diferenciado, feito com dedicação e exclusividade.

As informações disponibilizadas no site estão distribuídas entre os oito links que compõem a estrutura do mesmo. Sendo que cada link possui um nome que se relaciona com a informação ali encontrada e também com algo característico da idéia de mundo. Dessa forma pode-se encontrar no site os seguintes links:

- Nosso Mundo: onde são encontradas informações da escola, relativas a sua missão, sua estrutura física, sua proposta pedagógica e seu diferencial, também encontra-se nessa parte informações sobre a matrícula 2010.

- Atividades extra-curriculares: nesse link está as informações referentes as atividades como balé, aula de música, teatro e futsal.

- Eventos: nessa parte do site estão disponíveis para visualização fotos dos eventos realizados na escola, como por exemplo, festa junina.

- Nossos Astros: Esse link é uma das partes mais interessantes no site, pois aqui encontra-se trabalhos dos alunos da escola. A idéia é que a cada mês os trabalhos de uma sala sejam colocados no ar, para que dessa forma, todos os alunos possam ter seus trabalhos disponíveis no site

- Nos encontre: espaço reservado para o endereço, telefone e email da escola.

- Outros mundos: nesse espaço está links sobre brincadeiras infantis, educação infantil, jogos, livros e historinhas infantis. Sobre alimentação para crianças, dentre outros.

- Contato: link com telefone e endereço da escola, da secretária de educação, do MEC e do juizado da infância e adolescência.

- Gira mundo: espaço para falar sobre responsabilidade social e desenvolvimento sustentável. Dando exemplos de como as pessoas podem contribuir para um mundo melhor com pequenas atitudes. Como por exemplo, separar o lixo reciclável em casa, tomar banhos mais rápidos. E sempre explicando como isso pode fazer a diferença.





FIGURA 2 – Prévia do site  
Fonte: Rainha Comunicação Estratégica (2009).

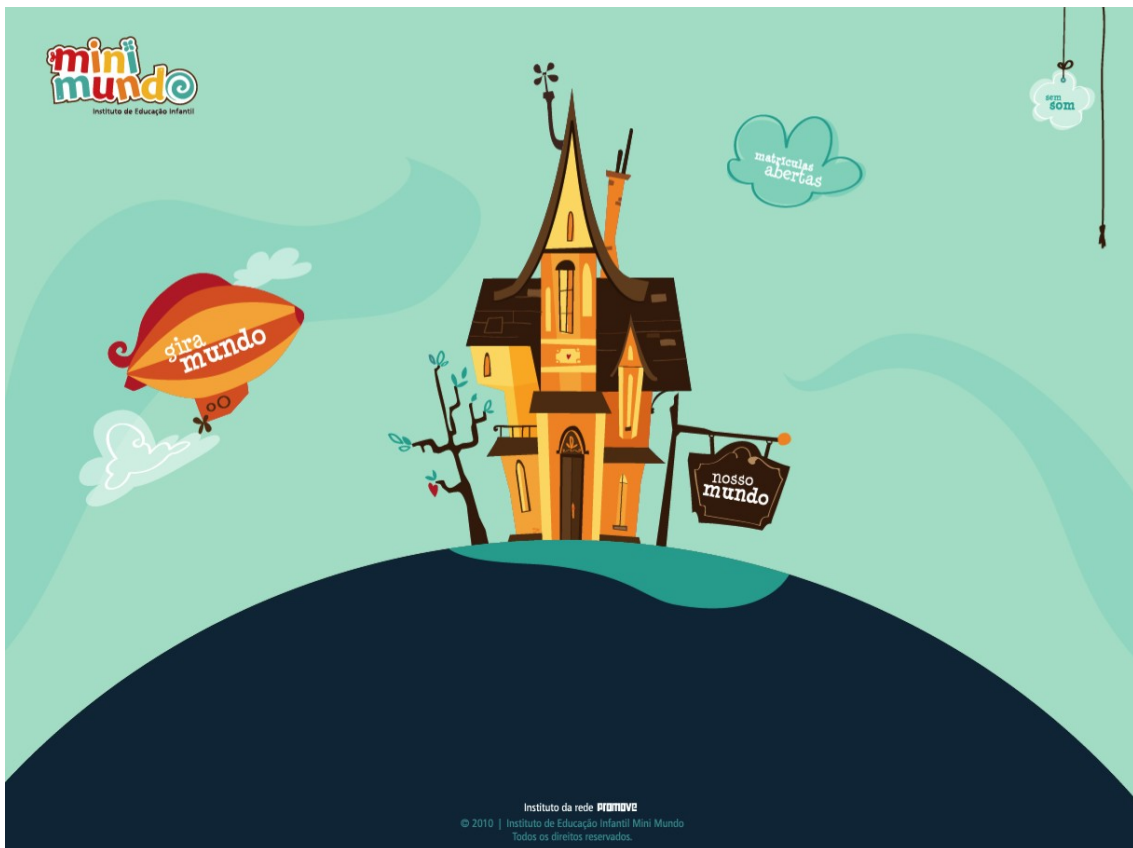


FIGURA 3 – Imagem inicial do site  
Fonte: Rainha Comunicação Estratégica (2009).

## 6 CONSIDERAÇÕES

Ao término deste projeto percebe-se o quanto é possível enriquecer-se profissionalmente quando os conceitos e técnicas aprendidos em sala são colocados em prática. O Instituto de Educação Infantil Mini Mundo mostrou aos integrantes da Rainha Comunicação Estratégica a realidade do mercado de comunicação, tornando a equipe da agência mais flexível agora, do que no momento em que se iniciou o projeto.

Foram dúvidas, situações imprevistas e restrições que, felizmente, obrigaram a Rainha Comunicação Estratégica a desenvolver soluções realmente adequadas aos objetivos e a condição financeira da escola. A agência saiu da “zona de conforto” propiciada pelos trabalhos acadêmicos com altas verbas destinadas a comunicação, e mostrou-se madura ao elaborar uma solução criativa e financeiramente viável para seu cliente.

Percebe-se clara a necessidade do desenvolvimento de um planejamento de comunicação para o Instituto de Educação Infantil Mini Mundo. E não apenas desenvolvê-lo, mas também dar continuidade ao projeto iniciado. Dessa forma, propomos a gestora da escola a contratação de um estagiário de comunicação, para que se mantenha atualizada e organizada sua comunicação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BULGACOV, Sergio. **Manual de Gestão Empresarial**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 1999, 463p.

CESAR Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. 1.ed. São Paulo: Futura, 2000, 253p.

CORRÊA, Roberto. **Planejamento de Propaganda**. 9. ed. São Paulo: Global, 2004, 281p.

COSTA, Eliezer Arantes da. **Gestão Estratégica: da empresa que temos para a empresa que queremos**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007, 424 p.

DAYCHOUM, Merhi. **40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento**. 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007, 280 p.

DORDOR, Xavier. **Mídias/Mídias Alternativas**. 1. ed. São Paulo: Nobel. 2007, 348p.

FERRARI, Flávio. **Planejamento e Atendimento: A arte do guerreiro**. 6.ed. São Paulo: Loyola, 2002, 106 p.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000, 764 p.



KOTLER, Philip.; FOX, Karen. **Marketing estratégico para instituições educacionais**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1994. 444 p.

MARTINS, Marcos Amancio P. **Gestão Educacional: Planejamento Estratégico e Marketing**. 1. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2007, 172 p.

ROBBINS, Stephen P; COULTER, Mary. **Administração**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1998, 288 p.

ROMAN, Eurida Dias e STEYER, Viavian. **A criança de 0 a 6 anos e a educação infantil: um retrato multifacetado.** / org. Edite. – canoas: Ed. Ulbra, 2001. 314 p.

SANTOS, Gilmar. **Princípios da Publicidade**. 1.ed. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão Estratégica**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2007, 440p.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995, 360 p.

WARD, Michael. **50 Técnicas Essenciais da Administração**. 1.ed. São paulo: Nobel, 1998, 200 p.