



## **Blog da House – Comunicação entre a Agência Experimental e acadêmicos de Publicidade e Propaganda da FURB<sup>1</sup>**

Fernanda Bento ZEN<sup>2</sup>

Joaquim Cardeal Junior<sup>3</sup>

Fabricia Durieux ZUCCO<sup>4</sup>

Venilton REINERT<sup>5</sup>

FURB – Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, SC

### **RESUMO**

O Blog da House - Agência Experimental do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB foi criado em maio de 2007. No início, a idéia era de apenas postar os melhores jobs da agência, mas, quando tudo se concretizou, surgiu a pergunta: por que não testar, divertir, informar, sem deixar os jobs de lado? A partir desse momento, além de ter virado uma vitrine para os trabalhos da House, o blog passou a ser fonte de informação, de notícias para os alunos, professores e todos os que gostam do tema publicidade e propaganda.

**PALAVRAS-CHAVE:** Blog da House; comunicação; Publicidade e Propaganda.

### **1 INTRODUÇÃO**

Segundo Madrugá (2004), as empresas podem utilizar a internet em favor do marketing de relacionamento. Ela permite a interatividade, desperta e incentiva a participação do cliente nos processos organizacionais – *feedback* –, mantendo-o informado sobre as operações da empresa e proporcionando a ele um atendimento personalizado e customizado. Essa integração, para Rodrigues (2009), é o que caracteriza o *lifestream* — registros online das atividades diárias de uma pessoa com convergência das informações e referências de um sujeito não mais como produtor, mas como um referenciador a outros sujeitos. Para o autor, no *lifestream* o sujeito é fornecedor de um *feeds* com informações

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Blog.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: fefzz@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante do 9º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: joaquimjr@live.com.

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: fabricia@furb.br.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: reinert@furb.br.



sobre o que lê, escreve sobre sua vida pessoal, mostrando fotos e apresentando links que considera relevantes, como as músicas que ouve, os vídeos aos quais assiste. Rodrigues (2009) enfatiza que nos blogs e microblogs essa exposição da vida continuada torna-se ainda mais aberta, porque essas ferramentas se fazem a partir da reunião de links e referências.

Hoje os blogs são, junto das redes sociais e dos games, um dos fenômenos mais populares da nova geração. Eles constituem uma nova realidade em muitas áreas, como na indústria cultural, na política, no entretenimento, nas artes. O blog é uma forma de interagir muito interessante com os visitantes, que podem comentar e dar sua opinião sobre os assuntos discutidos nos *posts* do blog. Essa interação faz com que a atenção dos visitantes seja maior, pois um dos fatos que fazem da web um sucesso é a possibilidade de se interagir com o conteúdo. A segmentação de um blog é muito grande e, com isso, atingimos em cheio nosso público-alvo.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo do Blog da House – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda é se consolidar como espaço de acesso a informação segmentada, a partir da divulgação de notícias do meio publicitário e de trabalhos acadêmicos e eventos do Curso. Constitui-se, assim, num espaço para troca e difusão de informações, permitindo ao visitante dar seu *feedback*. Isso fortalece a relação com o internauta, que pode se manter muito bem informado e também acompanhar todas as atividades que são realizadas pela House. É um espaço de grande interação que estimula os alunos a participar do processo.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A House - Agência Experimental do Curso de Publicidade e Propaganda da FURB é composta por uma equipe de dez acadêmicos (entre bolsistas e voluntários) e um professor orientador. Em 2007 surgiu o desafio de estimular alunos e professores do curso a participarem mais ativamente da House.

Iniciou-se então a organização de um espaço virtual, coordenado pela equipe interna da Agência, para troca de idéias e divulgação dos trabalhos desenvolvidos pela House e



pelas disciplinas do curso, propiciando maior envolvimento e integração da comunidade acadêmica.

Em pouco tempo, o Blog da House se tornou uma importante ferramenta de informação para os alunos e uma vitrine para exposição dos trabalhos realizados. Atualmente funciona como portfólio digital para a Agência Experimental e como espaço de intercâmbio e colaboração.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O Blog da House é resultado de um trabalho coletivo de bolsistas, alunos e professores de Publicidade e Propaganda que juntos o abastecem e o atualizam. O estímulo à consulta ao blog acontece por meio de ações que envolvem ferramentas da web, como email marketing e Twitter.

Os temas abordados no Blog da House seguem a proposta inicial de informar e expor os trabalhos da Agência Experimental. Os assuntos são variados, com ênfase na publicidade e propaganda. O conteúdo inclui campanhas realizadas, pesquisas de mercado e hábitos dos consumidores. As atualizações ocorrem com frequência e novos assuntos são inseridos regularmente.

#### **5 ATIVIDADES DO BLOG DA HOUSE<sup>6</sup>**

Desde a implantação do Blog da House, em maio de 2007, todos os alunos do curso podem acompanhar o processo de desenvolvimento das atividades diárias da Agência, além de se manterem atualizados sobre os diferentes assuntos que foram abordados nos quatro anos de existência do blog. Até 6 de abril de 2011 o blog já havia registrado 12.444 acessos.

##### **5.1 Assuntos Postados**

A seguir, alguns temas que foram postados no Blog.

---

<sup>6</sup> Este texto foi desenvolvido com informações coletadas em documentos e informações verbais dos professores do Departamento de Comunicação da FURB.



## América Latina aumenta investimentos publicitários em 21%

Postado em: 05/04/2011



.....

## Classe C cresce e atinge 53% da população

Postado em: 22/04/2011



The screenshot shows a browser window displaying a WordPress blog post. The title is "Classe C cresce em 2010 e atinge 53% da população". The post is dated March 22, 2011, and is by "Agência Experimental". The main image is a 3D illustration of a white figure in a suit running up a set of red stairs that form a bar chart. The highest bar is labeled "classe-c". Below the image, the text reads: "A chamada classe C teve o acréscimo de 19 milhões de pessoas no ano passado, passando, assim, a ter 101 milhões de". The right sidebar contains a "RSS Feed" icon and a "Categorias" section with links for "Blog Diário Dicas Makink off", "Notícias", "Novidades Portfólio", "Semana da Comunicação Uncategorized", and "Workshops". The browser's address bar shows the URL: "http://agenciaexperimental.wordpress.com/2011/03/22/classe-c-cresce-em-2010-e-atinge-53-da-populacao/".

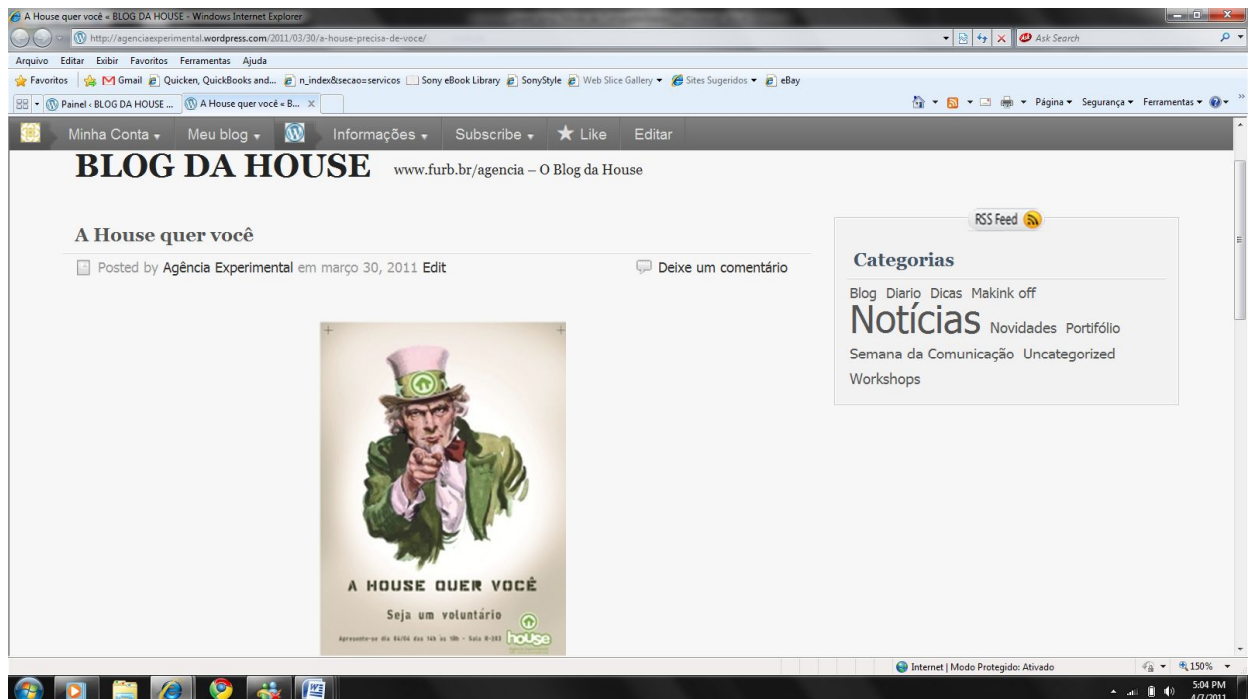
Vendas na internet crescem 40% em 2010  
Postado em: 22/04/2011

The screenshot shows a browser window displaying a WordPress blog post. The title is "Vendas na internet crescem 40% em 2010". The post is dated March 22, 2011, and is by "Agência Experimental". The main image is a blue-tinted graphic with the text "http://www" and a white mouse cursor pointing at it. Below the image, the text reads: "As vendas de bens de consumo por meio da internet cresceram 40% em 2010, para R\$ 14,8 bilhões, de acordo com relatório divulgado hoje pela E-bit, empresa de monitoramento de comércio eletrônico. Segundo estimativa do relatório, as vendas devem apresentar expansão de 30% em 2011, para R\$ 20 bilhões. Espera-se também que quatro milhões de". The right sidebar contains a "RSS Feed" icon and a "Categorias" section with links for "Blog Diário Dicas Makink off", "Notícias", "Novidades Portfólio", "Semana da Comunicação Uncategorized", and "Workshops". The browser's address bar shows the URL: "http://agenciaexperimental.wordpress.com/2011/03/22/vendas-na-internet-crescem-40-em-2010/".



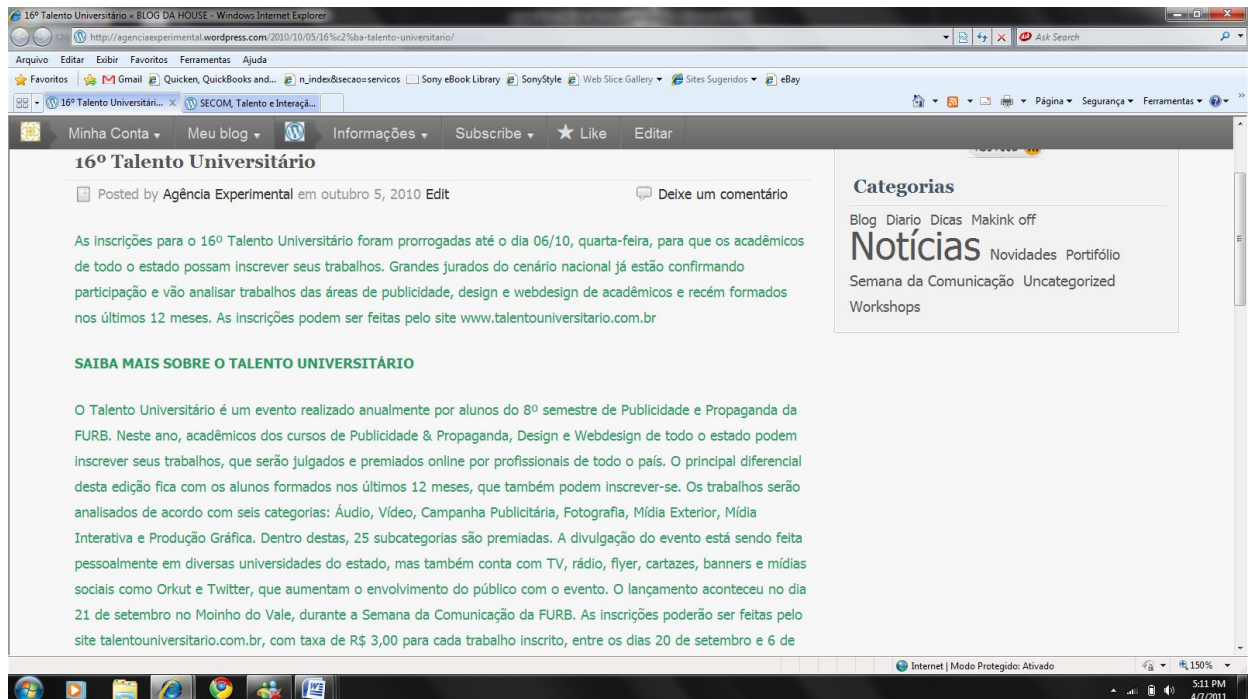
## A House quer você – Campanha para voluntários da House

Postado em: 30/04/2011



## 16º Talento Universitário

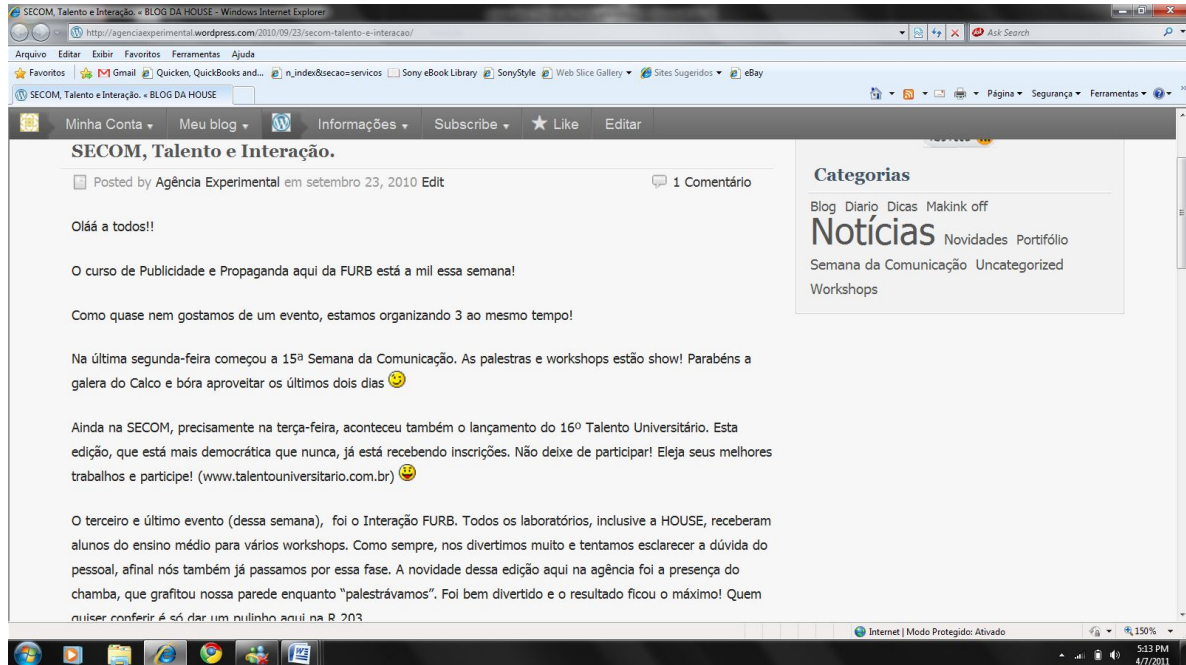
Postado em: 05/10/2011







Semana da Comunicação  
Postado em: 22/09/2010



## 6 CONSIDERAÇÕES

O desenvolvimento do Blog da House, lançado em maio de 2007, possibilitou uma maior interação do curso de Publicidade e Propaganda com alunos e proporcionou uma troca de informação positiva tanto para a Agência Experimental quanto para os acadêmicos. Ao longo de quatro anos, o blog vem se consolidando como importante fonte de informação e espaço aberto para a troca de idéias e exposição de trabalhos realizados por alunos e professores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MADRUGA, Roberto. **Guia de implementação de marketing de relacionamento e CRM: o que é e como todas as empresas brasileiras devem fazer para conquistar, reter e encantar seus clientes.** São Paulo: Atlas, 2004.

RODRIGUES, Carla. O que você está fazendo agora? Três contribuições para o debate sobre microblog. **Alceu - Comunicação, Cultura e Política.** Rio de Janeiro (PUCRJ), v. 18, p. 148-161, jan./jun. 2009.