

WEB SITE DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA¹

Jean LIMA²

Maristela FRANCO³

Cláudia Bromirsky TRINDADE⁴

Renata STODUTO⁵

Militão RICARDO⁶

Marcelo CORREA⁷

Centro Universitário Metodista, do IPA, Porto Alegre, RS

RESUMO

A atividade busca desenvolver a *web site* do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Metodista, do IPA, para ser um canal de comunicação entre o Curso e os(as) estudantes e uma forma de apresentar os trabalhos desenvolvidos pelos(as) alunos(as) nas disciplinas para a própria Instituição e para públicos externos. O material se propõe, ainda, a trabalhar conteúdos de interesse dos(as) acadêmicos(as), estabelecendo relacionamento e visitação constante, sendo desenvolvido pelos(as) estudantes estagiários(as) do Curso, sob orientação e supervisão de professores(as) orientadores(as) de diferentes áreas da Publicidade e Propaganda.

PALAVRAS-CHAVE: publicidade e propaganda; ensino; canal de comunicação; *web site*.

1 INTRODUÇÃO

A internet é o meio de comunicação que mais cresce e torna-se acessível à população, sendo utilizada para negócios, pesquisas e, principalmente, relacionamentos. Pode-se considerar que “a internet, em suas diversas encarnações e manifestações evolutivas, já é o meio de comunicação interativo universal via computador da Era da Informação” (CASTELLS, 2006, p. 433).

A comunicação, através da rede, possibilitou maior interação entre os seres humanos, facilitando a propagação das informações, ocasionando em cidadãos e consumidores conectados e mais informados, que passaram a definir seus padrões e

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade *Web Site*.

² Aluno líder e estudante do Curso de Publicidade e Propaganda.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: maristela.franco@metodistadosul.edu.br.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: claudia.trindade@metodistadosul.edu.br.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: renata.stoduto@metodistadosul.edu.br.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: militao.ricardo@metodistadosul.edu.br.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, email: marcelo.correa@metodistadosul.edu.br.

conexões, podendo, assim, interagir com aquelas que reconhecerem ter padrões e conexões semelhantes. Essa perspectiva pode ser definida como rede social, um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; ou nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (RECUERO, 2009).

Castells (2006) ainda explica que “a internet pode contribuir para a expansão dos vínculos sociais numa sociedade que parece estar passando por uma rápida individualização e uma ruptura cívica”. Ainda percebe a presença de algumas características como “solidariedade recíproca na Rede, mesmo entre usuários com laços fracos entre si”, bem como uma comunicação que estimula discussões em todos os âmbitos de assuntos, de forma desinibida, permitindo, assim, maior sinceridade (CASTELLS, 2006, p. 445).

Foi nesse contexto que a Geração Y se desenvolveu, estando conectada e utilizando a tecnologia disponível em busca de relações numerosas e intensas. Esta geração está acostumada com a facilidade que a tecnologia permite e busca constante informação. São jovens comprometidos em mudar o mundo na esfera ecológica, senso de justiça social, informais, agitados, imediatistas, que acompanham a velocidade da internet. A tecnologia e a diversidade são naturais em suas vidas, precisam estar sempre conectados e têm como características mais marcantes o reconhecimento, a informalidade, a individualidade e os relacionamentos. Usam a rede com a visão de que as ideias são seguidas e não impostas, ganham força por seu mérito e não por patrocínio ou poder político e têm autonomia para se dedicar a projetos e ideias que lhes sejam atraentes, escolhendo como gastar seu tempo e atenção.

Assim, nada mais propício do que um Curso de Publicidade e Propaganda desenvolver seu próprio canal de comunicação, uma *web site*, para estabelecer relacionamento com seus públicos de interesse, trabalhar uma linguagem moderna e conteúdos desenvolvidos pelos(as) próprios(as) estudantes, jovens engajados na tecnologia, com autonomia e certeza de quererem se manifestar, de discutir questões e gerar conteúdos pertinentes.

2 OBJETIVO

Como objetivo geral, esta atividade busca o desenvolvimento da *web site* do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Metodista, do IPA, tornado-a um canal de comunicação entre o Curso e os(as) estudantes, estabelecendo relacionamento e interação, tratando, em especial, o universo acadêmico, evidenciando as atividades

realizadas pelos(as) estudantes e os(as) alunos(as) que se destacam em suas ações e disponibilizando no ambiente a produção dos(as) acadêmicos(as) nas diferentes áreas e disciplinas do Curso, com o intuito de apresentar os desafios e as estratégias adotadas.

Como objetivos específicos, o projeto propõe apresentar conteúdos de interesse aos(as) estudantes de Publicidade e Propaganda, como matérias, eventos, indicação de livros e periódicos, projetos em desenvolvimento, oportunidades de estágio e trabalho, áreas de destaque, entre outros, como, também, divulgar o Curso de Publicidade e Propaganda da Instituição e a produção acadêmica para os públicos interno (demais Cursos do Centro Universitário, docentes, reitoria e diferentes setores da Instituição) e externo (estudantes do ensino médio e universitários, profissionais das áreas da Comunicação e do Marketing, empresários, formadores de opinião, entre outros), apresentando, desta forma, o potencial dos(as) alunos(as) da Instituição.

Entre os focos principais do projeto está sua manutenção e sua atualização feitas por alunos(as) estagiários(as) que trabalham no aperfeiçoamento do material, na coleta de informações, nas discussões de pauta, na construção dos conteúdos, na postagem das informações e nas avaliações dos resultados.

3 JUSTIFICATIVA

A criação e a manutenção da *web site* do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Metodista, do IPA, são oportunidades de se desenvolver uma canal de comunicação entre uma instituição e seus públicos de interesse, utilizando a internet, um ambiente atual, de baixo custo, dinâmico e ideal ao jovem, com uma linguagem moderna e conteúdos desenvolvidos pelos(as) próprios(as) estudantes. A *web site* é um laboratório de experimentação e prática dos(as) alunos(as) estagiários(as), que participam ativamente de todas as etapas do processo, aprendendo a trabalhar com a ferramenta, discutindo e gerando conteúdos pertinentes. Assim, estabelece-se neste projeto uma maneira de se unir teoria e prática na construção de conhecimento na área da Comunicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para realização do trabalho de criação e atualização da *web site*, iniciado em agosto de 2011, a Agência Experimental de Publicidade e Propaganda do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Metodista, do IPA, a AEIPA - laboratório para prática experimental e oportunidade de atuação profissional dos(as) estudantes - abriu seleção para

alunos(as) estagiários(as) em regime de horas complementares. Após seleção, formou-se o grupo de alunos(as) interessados(as) na proposta, que sob orientação e supervisão de professores(as) de diferentes áreas da Publicidade e Propaganda, distribuíram e organizaram as atividades, estabelecendo objetivos, metas e prazos ao trabalho. A AEIPA é responsável pelo projeto, sendo a atualização do *site* uma de suas atribuições. Os(as) professores(as) orientadores(as) dividem-se nas seguintes áreas: *Web Design* e Rádio, Atendimento e Planejamento, Criação e Direção de Arte, Redação Publicitária e Fotografia.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO


A Agência Experimental de Publicidade e Propaganda do Curso, a AEIPA, através de estudantes estagiários(as) e orientadores(as), é responsável pela atualização do *site*, atividade iniciada em agosto de 2011. Assim, após a seleção dos(as) estagiários(as) e definição da proposta, objetivos, metas e prazos, iniciaram-se as atividades para construção do projeto. As ações realizadas, na fase inicial, foram: planejamento e cronograma do trabalho, pesquisas de referências em outros *sites* de cursos e afins e coleta de informações junto aos(às) alunos(as) de Publicidade e Propaganda.

Posteriormente, deu-se a criação da identidade visual, concepção de *slogan*, seleção e escolha de *layout* e programação do material, tendo, nesta etapa, a participação de um aluno do Curso de Engenharia da Computação, responsável pela construção e programação da página. Partiu-se, então, para a elaboração dos textos e matérias e seleção dos trabalhos acadêmicos das disciplinas teóricas e práticas do Curso para exibição.

Com o ambiente abastecido de conteúdos, foram feitos testes para navegabilidade e inserção definitiva do *site* no endereço www.metodistasul.edu.br/pp. O material foi apresentado aos(às) alunos(as) de Publicidade e Propaganda em evento específico e divulgado o endereço para acesso. Após a publicação definitiva do material, foram feitas reuniões de equipe para avaliação do projeto e futuras adequações (estéticas e de conteúdo).

Hoje, o *site* do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Metodista, do IPA, é diariamente monitorado e atualizado conforme produção acadêmica e assuntos de interesse, debatidos em reuniões semanais de pauta entre professores(as) e alunos(as) integrantes da AEIPA e do projeto. Utiliza-se, também, as redes sociais (Facebook, Twitter) para divulgar assuntos e atrair a atenção para o *site*.

A figura 1 apresenta a página inicial do *site*, com identidade visual e *slogan* (*Profissionais de destaque começam aqui*).



The screenshot shows the homepage of the website 'Publicidade e Propaganda IPA'. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, CURSO, AEIPA, PORTFOLIO, OPORTUNIDADES, AGENDA, and NOTÍCIAS, along with a search bar. Below the navigation bar, there are three featured images: 'Na Vitrine' featuring André Flores, a woman speaking into a microphone, and 'Uno por todos!' featuring a group of people. The main content area is divided into three columns: 'OPORTUNIDADES' with job listings for a Web Designer, Director of Art, and Assistant in Planning; 'AGENDA' with a list of events including a Marketing Congress, a Photography Festival, and a Photo Image Brazil fair; and 'CADASTRE-SE NA NEWS!' with a registration form. Below these columns is a 'FOTO DA SEMANA' section featuring a photo of a person taking a picture. At the bottom, there is a 'MAIS NOTÍCIAS' section with three news items: 'Bancas Examinadoras de PP', 'IPA bicampeão no Madrugado Feevale', and 'Semana Acadêmica de PP 2011'. There are also two more news items: 'Curso de Publicidade entre os melhores' and 'Livros de Comunicação para download'. At the very bottom, there is a login form with fields for 'Nome de Usuário' and 'Senha', and a 'login' button.

Figura 1: Página inicial

A figura 2 evidencia os destaques da página, sendo estes os assuntos de maior interesse.



Figura 2: Destaques

A figura 3 salienta detalhe do portfólio dos(as) alunos(as) do Curso de Publicidade e Propaganda e a figura 4 a área destinada às produções, apresentando os trabalhos desenvolvidos nas disciplinas.

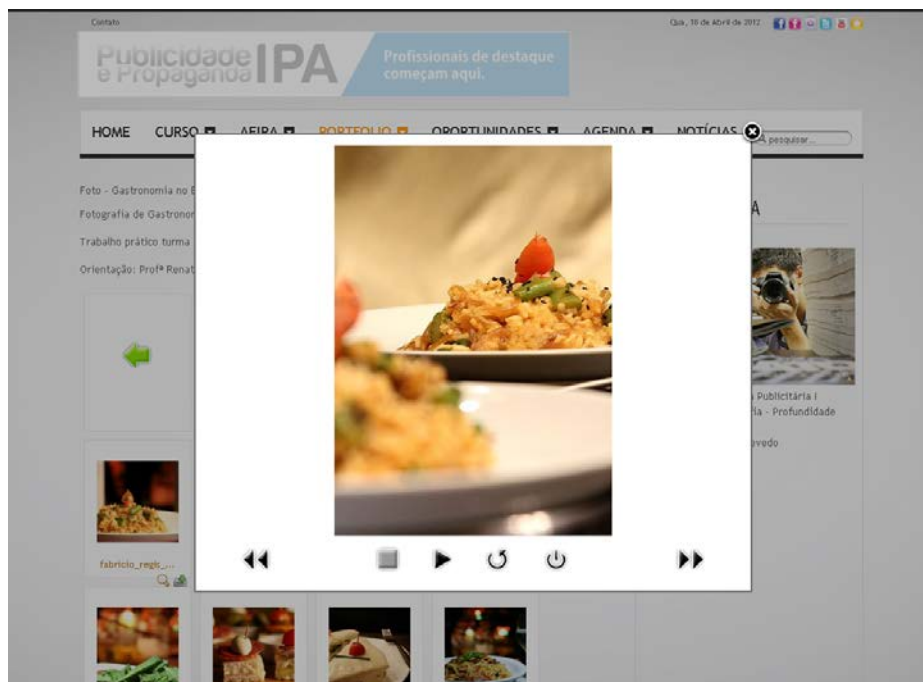


Figura 3: Detalhe do portfólio



Figura 4: Portfólio

As figuras 5 e 6 trazem informações e imagens dos laboratórios do Curso de Publicidade e Propaganda e mostram um pouco a atuação dos(as) estudantes nestes ambientes. As figuras 7 e 8 apresentam os espaços no *site* destinados a notícias e oportunidades de estágios.



Figura 5: Laboratório de Áudio e Laboratório de Audiovisual



Figura 6: Laboratório de Fotografia

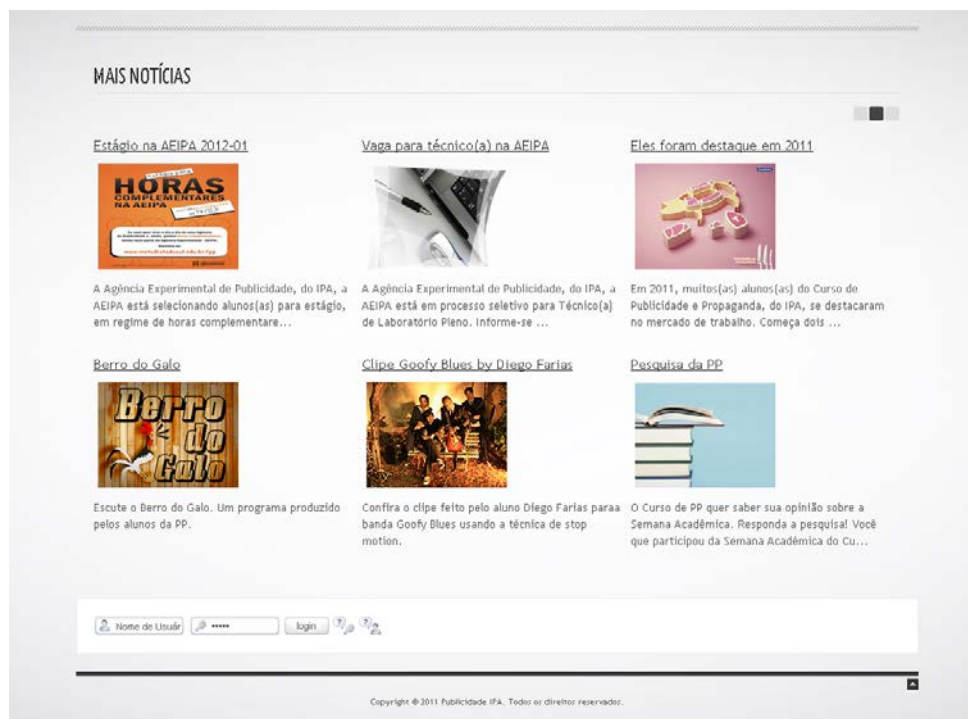


Figura 7: Notícias



Figura 8: Oportunidades

6 CONSIDERAÇÕES

A *web site* do Curso de Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário Metodista, do IPA, é um canal de comunicação entre o Curso e seus públicos de interesse, desenvolvida pelos(as) estudantes e professores(as) da Agência Experimental de Publicidade - AEIPA.

A *web site* é um laboratório de experimentação e prática dos(as) alunos(as) estagiários(as) e está em constante aperfeiçoamento, buscando estabelecer relacionamento e visitação, trazendo conteúdos de interesse dos(as) acadêmicos(as). Cada etapa do trabalho é realizada pelos(as) alunos(as) estagiários(as) que participam ativamente do processo.

Como dados de resultados do trabalho, iniciado em agosto de 2011, a *web site*, nos primeiros 15 dias no ar, teve 600 visitas e publicou, de outubro a dezembro de 2011, aproximadamente, 40 artigos que foram desenvolvidos e compartilhados pelos(as) alunos(as), utilizando uma linguagem moderna e jovem e tratando assuntos propostos pelos(as) próprios estudantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOLZANI, Caio Augustus M. **Residências inteligentes:** um curso de domótica. 1.ed. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2004.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet:** reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

TELLES, André. **A Revolução das Mídias Sociais**. Cases, Conceitos, Dicas e Ferramentas. São Paulo: M.Books, 2010.

UGARTE, David De. **O poder das redes**: manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas, chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

VILLARES, Fábio. **Novas mídias digitais (audiovisual, games e música)**: impactos políticos, econômicos e sociais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.