



Encontro Inter-regiões - Nordeste

Região Nordeste - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00366
INSTITUIÇÃO	Universidade do Estado do Rio Grande do Norte
CAMPUS	Central
CIDADE	Mossoró
UF	RN
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP11
TÍTULO	Nem todos usam coroa
ESTUDANTE-LÍDER	Rodrigo Carlos Bezerra Lopes
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Saskhia Raissa Torquato de Lima (Universidade do Estado do Rio Grande do Norte); Henrique Veneranda Maia (Universidade do Estado do Rio Grande do Norte); Pamela Aparecida Alves Davi (Universidade do Estado do Rio Grande do Norte); Antonio Laurindo de Holanda Paiva Filho (Universidade do Estado do Rio Grande do Norte)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O bacharelado em Publicidade e Propaganda nasceu de um projeto iniciado em 2013 que visava a independência dos cursos de Comunicação Social. Nesse processo, a habilitação se tornou uma formação autônoma que, com um novo projeto pedagógico e matriz curricular atualizada, teve início a partir da turma 2017.2. Nessa perspectiva, o novo curso adota a missão da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN) de "promover a formação de profissionais com competência técnica, ética e política, bem como de cidadãos críticos e criativos, para o exercício da cidadania, além de produzir e difundir conhecimentos" (PDI UERN, 2016, p.24). Entendendo as importantes mudanças promovidas no projeto de emancipação, o objetivo geral da formação passou por atualizações. Conforme disposto no PPI (2016, p. 26), o objetivo do curso é prover à sociedade de recursos humanos com formação teórica, prática e social no campo da Publicidade e Propaganda, oferecendo profissionais capazes de atuar em veículos de comunicação, agências de publicidade, organizações privadas, instituições governamentais e não-governamentais com plena responsabilidade social, intervindo no processo de comunicação humana, em todos os níveis e especialidades e atendendo, de maneira crítica, eficiente e ética, às demandas da sociedade contemporânea. Baseando-se nesse contexto de atualização, foi desenvolvida uma peça visual para mídia impressa objetivando promover o novo curso de Publicidade e Propaganda tendo como target estudantes interessados na área.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Foi utilizado o método de pesquisa bibliográfica para desenvolver o conceito do material visual, explorando as afirmações de Cesar (2006), relacionadas aos princípios básicos do desenvolvimento de mídias impressas, tais como o outdoor, e de Gomes (2000) que faz um estudo dos elementos visuais da propaganda, a partir das chamadas Leis da Gestalt, em seu trabalho Gestalt do Objeto. Não apenas dotados de conhecimento teórico relacionados ao desenvolvimento de material para as diversas mídias, também foi utilizada a pesquisa documental em cima das fontes oficiais disponibilizadas pela universidade e pelo Departamento de Comunicação (DECOM), tais como o site institucional da UERN e do novo curso, para entender a história do curso de Publicidade e Propaganda, e assim estar "munidos de informações sobre o cliente, o produto e o público" (CESAR, 2006, p. 49) na produção da campanha.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Partindo do princípio de que o público-alvo da peça é composto, principalmente, por jovens de 15 a 22 anos, interessados na área da publicidade e propaganda, foi trabalhado na campanha o uso de cores fortes e chamativas que não apenas representem as ideias de criatividade e dinamismo tão presentes no curso, mas também chamem a atenção do receptor rapidamente, tendo em vista que o

material será promovido por meio de um outdoor, uma mídia que exige uma leitura rápida em meio às distrações do ambiente urbano. Também nos baseamos na ideia de pregnância da forma, defendida a partir das Leis da Gestalt, ao elaborarmos uma associação entre coroa e a crista do galo, símbolo do curso e da publicidade em geral. Por sua vez, a coroa está completamente ligada à informação base da campanha de que o novo curso de Publicidade e Propaganda da UERN recebeu a nota máxima na edição 2018 do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE), sendo destacada por meio da utilização de um aplique. Ou seja, o material já estimula o seu público de futuros publicitários a perceber como as imagens podem ser utilizadas e ressignificadas a partir da comunicação visual. A peça foi elaborada a partir de uma avaliação da disciplina de Produção Gráfica, utilizando-se da câmera Canon t6, disponibilizada pelo DECOM, para a realização das fotos, que por sua vez foram produzidas a partir de um roteiro montado em sala de aula.