

AS FASES DA PUBLICIDADE: UM REFERENCIAL DIACRÔNICO ARTICULADO AOS CONTEXTOS ECONÔMICOS, SOCIAIS, POLÍTICOS E CULTURAIS

Coordenador: ANDRE IRIBURE RODRIGUES

Autor: GUILHERME AUGUSTO CODIGNOLLE SOUZA

Este projeto visa atender a demanda de estudantes e de pesquisadores, bem como consultas pela comunidade, que necessitem entender como a publicidade se delineia historicamente em sua prática profissional articulada ao contexto na qual está inserida em âmbitos econômico, social, político e cultural. O objeto apresentará uma interface digital, disponível na web, da publicidade em fases ao longo do século XX e início do século XXI, o qual mobilizará uma atualização e manutenção diacrônica e aprimoramento, ampliação e especialização em outros objetos, atendendo diferentes escopos da atividade publicitária nos eixos da Criação e do Planejamento. Inicialmente, o objeto tem um caráter histórico para apresentar a gênese, desenvolvimento e institucionalização da atividade publicitária ao longo do século XX e sua articulação com os contextos econômicos, sociais, políticos e culturais. O objeto será disponibilizado publicamente em plataforma digital aberta, podendo ser em página de Web no site da Universidade e da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação na qual o objeto atende à habilitação de Publicidade e Propaganda. O suporte tecnológico poderá ser em forma de "blog" e/ou página Web. Ambos poderão ser um referencial para trabalhos de diferentes disciplinas e apoio para produção de conteúdos para trabalhos específicos sobre a atividade publicitária em diferentes fases ofertando um entendimento histórico das habilidades sob os eixos da Criação e do Planejamento.