

IDEIA NO MEIO DA RUA: PUBLICIDADE E ESPAÇO URBANO.

XXVIII Encontro de Extensão

Felipe Mota Ferreira, Loreena Carvalho de Araújo, Séfora Lavor Pires, Janice Leal de Carvalho Vasconcelos

A Rastro Agência Júnior é um projeto de extensão do curso de Publicidade e Propaganda. Formada por universitários com muita inquietação, senso crítico e vontade de experimentar, promove anualmente um evento, o IDEia, com palestras e oficinas sobre o universo da comunicação, suas tendências e discussões diversas sobre o impacto da mesma na sociedade. Em 2019, o evento buscou discutir a influência da publicidade na cidade, recebendo o nome “IDEia no Meio da Rua: Publicidade e Espaço Urbano”. O objetivo era convidar a comunidade acadêmica e os profissionais do mercado a pensar coletivamente a cidade e as mudanças que as ações de comunicação tem gerado no espaço urbano. Com isso, selecionamos projetos e profissionais que discutem a apropriação da cidade, desigualdades geográficas e empreendedorismo social, para discutir o que comunicamos nos espaços públicos e quais os efeitos dessa comunicação no cotidiano dos moradores. A partir dessa seleção, a equipe de desenvolvimento do evento pôde montar uma programação crítica e propositiva, mesclando falas entre marcas que atuam nos espaços públicos e a cidade, na figura de artistas e grupos que devolvem projetos sociais de ocupação e movimentação dos espaços. Discutindo através de palestras, oficinas e rodas de conversas o papel da publicidade no cenário da cidade de Fortaleza, o evento teve cobertura ao vivo nas redes sociais e ofereceu certificados aos participantes. Cada indivíduo percebeu de forma diferente o poder que a comunicação tem na construção, ocupação e transformação da cidade. Um convite a pensar a publicidade para além da sala de aula e agência de comunicação, contemplando as narrativas que já resistem dentro do caos urbano. Dentro desse processo, o IDEia trouxe também uma nova perspectiva sobre a relação da universidade e o mercado publicitário fortalezense, sendo potente no pensar a publicidade como um agente social, direcionador de políticas públicas e produtor de outras possíveis narrativas sobre a cidade.

Palavras-chave: PUBLICIDADE. ESPAÇO URBANO. CIDADE. RASTRO.