

## A UTILIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO PARA A PROPAGANDA

FERREIRA, Eliane da Silva, acadêmico Engenharia de Alimentos - UNIR/Ariquemes

FERREIRA, Ingrid Zamai, acadêmico Engenharia de Alimentos - UNIR/Ariquemes

ALEXANDRE, Jéssica Tayller, acadêmico Engenharia de Alimentos - UNIR/Ariquemes

FERREIRA, Marina Silva Barcelos, acadêmico Engenharia de Alimentos - UNIR/Ariquemes

BUENO, José Lucas Pedreira, Professora - UNIR/Ariquemes

Nos tempos de hoje, a propaganda é um método de mostrar informações sobre um produto, marca e até mesmo empresa, e não precisando utilizar todas as informações que contém o produto, ela utiliza artimanhas criativas para disputar com produtos da concorrência, pois necessitam de qualidade para chamar atenção do público e valorizar a sua produção, visando o retorno financeiro e o reconhecimento da empresa. Desta forma o objetivo do trabalho é fazer um estudo sobre os benefícios de se aplicar a comunicação organizacional por meio da propaganda. Para realizar este estudo, será feita pesquisa bibliográfica na internet e consulta nas anotações obtidas em aulas ministradas pelo professor José Lucas Pedreira Bueno. Assim surge o problema de como realizar a propaganda usando a comunicação mais adequada para cada público. Desde o início do século XX, as propagandas passaram por diversas fases, porque não possuía canais de informações suficientes para promover uma boa campanha, o que prejudicava a comercialização do produto. Futuramente, as empresas que não se adequarem às novas tecnologias da propaganda passaram por graves problemas, devido à desordem e a má comunicação com seus interlocutores e sofrerão prejuízos. É provável que a falta de comunicação na propaganda possa desencadear o fracasso das organizações chegando até a falência ou aquisição dessas por outras melhores. Recentemente, muitas organizações tiveram aumento de clientes e renda por usarem a propaganda como método de exibição de informações, assim fazendo com que clientes adquirissem os produtos e serviços expostos, mas há outras empresas que não souberam usar a propaganda para o seu benefício, pois não contavam com pessoas capacitadas para tal uso, deixando de adquirir bons rendimentos. Conclui-se que com o uso correto da comunicação com a propaganda causará maior impacto na rede comercial, devido à exposição por métodos convincentes ao interlocutor, garantindo possível aumento de clientes e renda financeira.

**PALAVRAS-CHAVE:** Propaganda; Comunicação; Aprimoramento.

### REFERENCIAS

UVA comunica: O blog de comunicação dos alunos da UVA; Acessado em: 24 de setembro de 2008. Disponível em:

<http://uvacomunica.wordpress.com/2008/04/11/propaganda-algumas-citacoes/>

Wikipédia, a enciclopédia livre; Acessado em: 24 de setembro de 2008. Disponível em:

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Propaganda#Hist.C3.B3ria do termo .22Propaganda.22](http://pt.wikipedia.org/wiki/Propaganda#Hist.C3.B3ria_do_termo_.22Propaganda.22)