

UniBrand: a Agência Experimental como ferramenta de articulação entre Educação 5.0 e extensão universitária nos cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Design Gráfico

Allyson da Silva Barbosa¹
Anderson Ferreira da Silva²
Edmilson Canuto³
Frederico Schultz Rabelo⁴
Juraci da Rocha Cipriano⁵
Kellen Ayana Alves Ceretta Barbosa⁶
Luiz Eduardo Krüger Dias⁷
Simone Buiate Brandão⁸

RESUMO

Este trabalho objetiva discutir o processo de criação e desenvolvimento da agência modelo de cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia Design Gráfico no contexto da Educação 5.0 (FELCHER; FOLMER, 2021) e do trabalho útil das práticas extensionistas do ensino superior (NETO, 2002). Entendendo a extensão universitária como locus ideal para operacionalização de ações inovadoras, uso de metodologias ativas, promoção da cultura maker e desenvolvimento de capacidades e habilidades próprias do mundo do trabalho, buscamos, através do relato de experiência, discutir o caso da agência UniBrand no processo formativo dos acadêmicos dos cursos de graduação em Publicidade e Propaganda e Design Gráfico. Discutimos ainda a resignificação do papel do professor nesta dinâmica, que assume uma função de mediador/facilitador, bem como o protagonismo discente, que ativamente busca e constrói não só o conhecimento técnico, mas as habilidades socioemocionais relativas ao nosso tempo. Entendemos que as ações extensionista tendem a se configurar como processos privilegiados de promoção da Educação 5.0.

PALAVRAS-CHAVE

Educação 5.0; Extensão Universitária; Agência Experimental; Cultura Maker.

INTRODUÇÃO

Os processos educacionais, nas suas mais variadas abordagens, desenvolveram-se e evoluíram – e continuam dialeticamente desenvolvendo-se e evoluindo – buscando dar respostas aos contextos nos quais estão inseridos. Para fins de categorização, Felcher e Folmer (2021), buscam fazer uma retrospectiva, evidenciando, em diferentes momentos históricos, aquilo que é chamado de Educação 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, e atualmente, a Educação 5.0.

Desde a educação cristã jesuítica, passando pela revolução industrial e a revolução tecnológica, cada período teve a sua contribuição na maneira como professores, alunos, conteúdo, currículo se relacionam no processo de ensino e aprendizagem. A Educação 5.0 está relacionada,

¹ Especialista. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: allyson.barbosa@unievangelica.edu.br

² Doutor. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: anderson.urb@gmail.com

³ Especialista. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: edmilson.canuto@hotmail.com

⁴ Especialista. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: fredschutz@hotmail.com

⁵ Mestre. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: juraci.cipriano@docente.unievangelica.edu.br

⁶ Mestre. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: ke.ceretta@gmail.com

⁷ Mestre. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: luiz.dias@unievangelica.edu.br

⁸ Mestre. Cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico. Universidade Evangélica de Goiás - UniEVANGÉLICA. E-mail: buiatt@gmail.com

nesta sistematização, com a Sociedade 5.0 e que leva em consideração os elementos tecnológicos da Educação 4.0, mas insere na lógica o caráter humano e as competências socioemocionais (FELCHER; FOLMER, 2021). Ou seja, os recursos tecnológicos são pensados não apenas a partir de sua dimensão tecnocrata, mas sim à serviço de uma formação integral, inserindo elementos de sustentabilidade, bem-estar e qualidade de vida.

Entendendo o protagonismo discente, a utilização de metodologias ativas, a cultura maker e demais elementos próprios da Educação 5.0, é imperativo, especialmente no ensino superior, envolver a extensão universitária processo formativo dos alunos, uma vez que ela está diretamente relacionada com o trabalho social útil (NETO, 2002).

A extensão universitária configura um espaço não formal de educação (LIBÂNEO, 2005) e pode ser entendida como “processo interdisciplinar, político educacional, cultural, científico, tecnológico, que promove a interação transformadora entre instituições de ensino superior e outros setores da sociedade” (BRASIL, 2018, p. 49), serve como articulação entre ensino e pesquisa.

A extensão, enquanto prática indissociável do ensino da pesquisa, é o que aproxima a universidade do seu compromisso com a transformação social. Neto (2002) nos lembra de que extensão é um canal de relacionamento entre universidades e a sociedade, e seu papel no exercício da cidadania por parte dos indivíduos.

Assim, aliando a vanguarda da Educação 5.0 e sua intrínseca relação com a extensão universitária, os cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico, lançaram, em 2022, a sua agência modelo. Este espaço configura-se com um laboratório de aprendizagem pela prática, uso de tecnologias e, principalmente, feito pelos estudantes para a comunidade acadêmica, evidenciando alguns dos pilares da Educação 5.0 e das práticas extensionistas.

RELATO DE EXPERIÊNCIA

A agência modelo foi desenvolvida considerando a articulação teórico-prática como elemento constitutivo fundamental do currículo acadêmico; as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso (DCNs) de Graduação em Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico; a necessidade de alinhamento do perfil dos egressos ao mercado de trabalho dinâmico e complexo; a indissociabilidade das áreas de criação, redação e arte da publicidade e propaganda; e as diretrizes institucionais acerca da transdisciplinaridade e a integração de diferentes cursos.

A agência modelo funciona como um espaço de articulação de conhecimentos teóricos e práticos, de protagonismo discente e de vivência e simulação do ambiente profissional que os acadêmicos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e de Design Gráfico encontrarão uma vez graduados. A agência visa prestar serviços dentro da instituição em suas várias mantidas, dando vazão às demandas institucionais em termos de comunicação integrada, o que inclui o planejamento de campanhas, o desenvolvimento de peças gráficas, audiovisuais e demais atividades pertinentes aos setores e departamentos atendidos.

A agência modelo se justifica pelo fato da necessária aproximação dos conteúdos pedagógicos estudados pelos acadêmicos e a sua realidade profissional. Dar vida à uma campanha real, desde a sua concepção, desenvolvimento e entrega, bem como vê-la aplicada e receber o feedback dos

clientes é uma etapa fundamental do processo formativo dos estudantes. Além disso, a agência modelo atua na vazão das demandas institucionais, contribuindo para o posicionamento da marca.

São objetivos da agência: proporcionar aos acadêmicos uma experiência real de atuação; aproximar conhecimentos pedagógicos da prática profissional; e contribuir com a comunicação integrada institucional

A agência modelo do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda é um espaço educativo-profissional interdisciplinar supervisionado destinado a criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias e outros produtos comunicacionais de interesse da instituição.

Os acadêmicos têm a oportunidade de vivenciar ativamente, sob a supervisão de professores, técnico-administrativos e profissionais da área, todas as etapas do processo de organização e aplicação de campanhas publicitárias reais, passando pelas áreas de criação, arte, redação, produção e gestão.

A proposta de atividade de extensão foi submetida à Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa, Extensão e Ação Comunitária (PROPPE) no dia 21 de setembro de 2022, recebeu parecer favorável execução da atividade extensionista e foi cadastrada sob o número 203-22.

DISCUSSÃO

Com o objetivo de testar a viabilidade da agência, foi realizada uma parceria com os cursos de Educação Física e Farmácia a fim de atender demandas comunicacionais pontuais destas unidades. Os alunos da agência desenvolveram a identidade visual dos jogos universitários InterUNI, a campanha de matrícula da Academia Universitária, bem como ações de divulgação da Farmácia Escola e do Mestrado Profissional em Farmácia.

Foi feito o trabalho de briefing, pesquisa, brainstorming, desenvolvimento e apresentação de cada um dos trabalhos elaborados, possibilitando a atuação do aluno em cada uma das etapas do processo criativo e de gestão de uma agência publicitária. Os coordenadores dos cursos de Educação Física e Farmácia acompanharam o processo e ficaram satisfeitos com os resultados obtidos.

Imagem 1 – Logomarca dos jogos universitários InterUNI



Fonte: Agência Modelo dos cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico.

Após do teste bem-sucedido de viabilidade e uma vez formalizada a agência junto à coordenação de extensão, a primeira tarefa dos acadêmicos foi nomear a agência, criando a identidade da marca, evidenciando o protagonismo discente. Essa etapa foi realizada pelos estudantes do 8º período do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, no âmbito da disciplina de Gestão de Marcas. Os acadêmicos divididos em grupos propuseram sete nomes que foram posteriormente colocados à votação para decisão democrática. Votaram todos os alunos dos cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico e todo corpo docente e técnico administrativo dos cursos. O nome vencedor foi UniBrand, com 48% dos votos.

Em 2023, as principais tarefas da UniBrand, serão criar a identidade visual e manual de serviços da própria agência e atender as demandas comunicacionais cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda.

Cabe lembrar que as atividades são desenvolvidas remotamente e sob a supervisão de um professor. Temos aqui dois elementos importantes da Educação 5.0, o uso das tecnologias digitais, bem como uma ressignificação do papel do professor, que neste caso atua como um facilitador/mediador, orientando os processos e organizando as ações e compartilhando experiências.

CONCLUSÃO

Felcher e Folmer (2021) afirmam que “as escolas precisam se reinventar e formar cidadãos para o mundo do trabalho, o qual se modifica de modo intenso” (p. 11). E ao propor uma aproximação do processo formativo à realidade do mercado de trabalho, a Agência Modelo dos cursos de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda e Tecnologia em Design Gráfico está alinhada com as boas práticas da Educação 5.0. Além disso, utiliza-se da extensão universitária, um dos pilares do tripé do ensino superior, para atingir seu objetivo.

Consideramos a experiência da UniBrand exitosa pois articula saberes, promove a aprendizagem por meio da execução e utiliza recursos de maneira racional, além de proporcionar o desenvolvimento de *soft-skills* e vivências profissionais reais.

A extensão universitária tem o papel de potencializar os benefícios da Educação 5.0 ao aproximar os estudantes da comunidade, e possibilitar que eles materializem seus elementos fundantes. Ao oportunizar ao acadêmico experiências de aprendizagem significativas e em linha com as boas práticas internacionais, estaremos mais próximos de trazer o perfil do estudante do século XXI para a centralidade do processo educacional sendo conduzido na UniEVANGÉLICA.

REFERÊNCIAS

- BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Ensino Superior Resolução nº. 07, de 18 de dezembro de 2018. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação - PNE 2014-2024 e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 dez. 2018. Seção 1, pp. 49-50 Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/pdf/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 28 fev. 2023.
- FELCHER, Carla Denize Ott. FOLMER, Vanderlei. Educação 5.0: Reflexões e perspectivas para sua implementação. **Tecnologias Educacionais em Rede**, Santa Maria, v.2, n.3. p 1-15, 2021.
- LIBÂNEO, José Carlos. Pedagogia e Pedagogos, para quê? São Paulo, Cortez, 2005.
- NETO, José Francisco de Melo. Contracapa. In: NETO, José Francisco de Melo (Org.). Extensão universitária: diálogos populares. João Pessoa: UFPB, 2002.