

Interseções entre o Caos e a Ordem: Iniciativas em prol da criatividade no ensino de Criação Publicitária¹

Luiz Fernando DAL PIAN²
Ada Vitória de Oliveira TERTO³
Dara Hadrielle da Cunha ROCHA⁴
Sara Guedes MELO⁵
Vanessa Candido do NASCIMENTO⁶
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Da necessidade de explorar novas práticas pedagógicas junto a componentes curriculares na área de Criação Publicitária, nasceu o Projeto de Ensino C.A.O.S. – Criatividade Aplicada à Ordenação dos Sentidos. O presente trabalho está ancorado em métodos de Pesquisa Descritiva, visando relatar a experiência do Projeto executado no ano de 2023, com base nas ações desenvolvidas, nos resultados alcançados, bem como nas dificuldades enfrentadas. O suporte de quatro monitoras se mostrou fundamental na busca por melhorias na relação ensino-aprendizagem. A intenção é dar continuidade ao Projeto de modo permanente, visando o seu aprimoramento e consolidação nos anos seguintes.

PALAVRAS-CHAVE: Criação Publicitária; Criatividade no Ensino Publicitário; Projeto de Ensino e Monitoria; Processos Criativos; Projeto CAOS.

INTRODUÇÃO

Um dos principais desafios no ensino de componentes curriculares na área de Criação Publicitária é o de ministrar aulas criativas sobre conteúdos ligados ao universo da criatividade e dos processos criativos. Questões complexas passam a ser recorrentes e merecem a nossa atenção. Como viabilizar a formação de estudantes que pensem “fora

¹ Trabalho apresentado no Fórum Ensicom, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Professor do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UFRN, e-mail: luiz.pian@ufrn.br

³ Estudante de Graduação 8º. semestre de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFRN, e-mail: adaterto@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFRN, e-mail: dara.rocha.086@ufrn.edu.br

⁵ Estudante de Graduação 8º. semestre de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFRN, e-mail: sara.guedes.609@ufrn.edu.br

⁶ Estudante de Graduação 7º. semestre de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFRN, e-mail: vcandido215@gmail.com

da caixa” quando nós, docentes, permanecemos habitualmente reclusos aos limites das nossas próprias “caixas” didático-pedagógicas? Como desenvolver práticas mais inovadoras em sala, incrementando, criativamente, o aprendizado dos nossos estudantes?

A partir dessa inquietação surge o C.A.O.S. – Criatividade Aplicada à Ordenação dos Sentidos. Trata-se de um Projeto de Ensino com suporte de monitoria que buscou fomentar novas práticas pedagógicas junto aos componentes curriculares COM0302 – Criação Publicitária e COM0300 – Direção de Arte em Publicidade e Propaganda, do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFRN. Ambos os componentes são obrigatórios com um quantitativo discente que varia entre 40 e 45 alunos matriculados, apresentam 50% de carga horária prática (30h) e 50% de carga horária teórica (30h), e são ministrados pelo autor deste Relato, o docente Luiz Fernando Dal Pian.

O presente trabalho, amparado em métodos de Pesquisa Descritiva, teve como objetivo relatar a experiência do Projeto C.A.O.S. executado no ano de 2023, com base nas ações desenvolvidas, nos resultados alcançados, bem como nas dificuldades enfrentadas. Pretende, ainda, buscar o seu aprimoramento e consolidação para os anos seguintes, a partir das discussões oriundas da presente edição do Fórum Ensicom.

DO CAOS À CRIAÇÃO

O termo “Caos” guarda relações semânticas com a desordem, o desequilíbrio e a confusão. Nas teorias cosmológicas se refere ao vazio que antecede à criação do Universo. Em processos criativos publicitários é comum a interrelação de etapas que variam entre o caos e a ordem (Carrascoza, 2008). Nos momentos caóticos, especialmente em etapas de geração de ideias, priorizam-se as aberturas de possibilidades, a livre associação de ideias, o cruzamento de diferentes pontos de vista e a soma dos repertórios de cada participante, em busca da solução criativa ideal (Predebon, 2013).

No entanto, não se trata de um processo exclusivamente caótico e de plena liberdade criativa. Pelo contrário, deve-se levar em consideração que a comunicação publicitária requer o planejamento estratégico sistematizado para atender demandas específicas de um cliente. Deste modo, justifica-se o título do projeto C.A.O.S. em forma de acrônimo na perspectiva do aperfeiçoamento dessa criatividade aplicada à solução de problemas e orientada à formulação de mensagens ricas em significados.

Os desafios do ensino de criação publicitária são constantemente discutidos pela comunidade científica em eventos nacionais promovidos por Instituições de Ensino Superior, gerando reflexões complexas acerca dos processos de ensino-aprendizagem a partir do atual contexto sociocultural e tecnológico (Hansen; Petermann; Correa, 2020). Entendemos que aproximar e integrar jovens discentes qualificados que já atuam em setores criativos junto a esses componentes curriculares são iniciativas relevantes na tentativa de superar os desafios pedagógicos que se apresentam.

DA CRIAÇÃO AO CAOS

O projeto C.A.O.S. teve seu início em março de 2023 com aprovação por meio de edital nº 01/2023 da Pró-Reitora de Graduação (PROGRAD) da UFRN. O Projeto foi contemplado com três vagas de monitoria voluntária, já que o edital com vagas para monitores bolsistas havia sido publicado e encerrado no final do ano anterior, em 2022. Após divulgação nos canais institucionais de comunicação do DECOM/UFRN, tivemos a seleção de três estudantes que se enquadravam em critérios pré-estabelecidos pelo próprio edital. Uma quarta integrante foi incorporada a equipe de trabalho posteriormente, devido ao seu interesse e às suas qualificações para contribuir com o Projeto. As quatro monitoras são coautoras do presente trabalho.

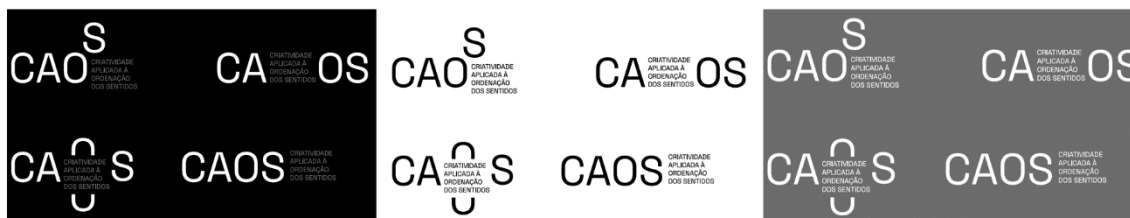
Com suporte das monitoras, o Projeto partiu do objetivo inicial de planejar e qualificar a relação ensino-aprendizagem, explorando novas metodologias didáticas que estimulassem o potencial criativo dos estudantes. Em seguida, buscou-se o desenvolvimento de uma plataforma multimídia online de portfólios publicitários, visando a veiculação dos trabalhos comunicacionais desenvolvidos pelos estudantes matriculados em componentes curriculares com demandas práticas de Criação e Direção de Arte Publicitária. Outro objetivo estabelecido foi o de promover minicursos e oficinas pontuais de capacitação prática, além do convite de profissionais do mercado para o compartilhamento de experiências com os estudantes das disciplinas. Por fim, ainda existiu o intuito de realização de um festival anual com a exposição dos melhores trabalhos criados, bem como de elaboração de um anuário impresso e/ou digital (e-book) com a compilação e registro permanente dessas produções.

Enquanto dinâmicas de trabalho, realizamos reuniões semanais no modelo remoto, majoritariamente. Os encontros ocorreram em ocasiões anteriores às aulas de acordo com a disponibilidade da equipe, visando planejamento estratégico, preparação

dos conteúdos e das atividades práticas avaliativas. Na participação presencial em sala de aula, ocorreu um revezamento entre as monitoras.

Em relação à plataforma multimídia, devido à falta de tempo, de expertise da equipe e de suporte de apoio financeiro, só foi possível a criação de um perfil na mídia social Instagram: @projeto.caos⁷, que serviu satisfatoriamente para a publicação das peças desenvolvidas. Toda a Identidade Visual do Projeto (Figura 1) fora criada anteriormente por estudantes do curso em uma atividade da disciplina de Direção de Arte em Publicidade e Propaganda.

Figura 1. Diferentes aplicações do Logotipo do CAOS



Fonte: Guia da Identidade Visual do CAOS. Autores: João Costa, Manoel Neto e Cau Macêdo

No decorrer dos dois semestres de trabalho (2023.1 e 2023.2), buscou-se fomentar o diálogo permanente entre monitores e estudantes para viabilizar a execução das atividades e trabalhos criativos, bem como a identificação de possíveis lacunas e possibilidades de melhoria contínua, que são detalhados no próximo item.

DO CAOS À MATÉRIA

Atividades e Oficinas

Por se tratar de um Projeto interdisciplinar, foram planejadas atividades específicas para cada disciplina e uma atividade final que contemplou os dois componentes curriculares, de modo integrado: Criação Publicitária e Direção de Arte em Publicidade e Propaganda.

Em Criação Publicitária tivemos oficinas de processos criativos e geração de ideias experimentais em grupos. Em um segundo momento, realizamos uma oficina de Design Ficcional (Especulativo) que, segundo Lupton (2020), é um exercício de proposição de ideias para protótipos de produtos ou serviços que ainda não existem, mas com potencial de existirem, visando antecipar tendências futuras ou propor soluções

⁷ Projeto Caos (@projeto.caos) • Fotos e vídeos do Instagram

visionárias para problemas específicos. A partir daí, os estudantes deveriam adotar apenas um produto ou serviço proposto para uma campanha de lançamento.

Já em Direção de Arte em Publicidade e Propaganda, um exercício em especial recebeu atenção permanente das monitoras, intitulado de *Design It Yourself*, em alusão ao conceito *Do It Yourself* (DIY). Os estudantes deveriam, individualmente, diagramar um currículo e um cartão de visita para submeter a uma vaga (fictícia) no mercado publicitário, aplicando os Princípios de Composição Visual estudados em sala de aula. Nas etapas preparatórias as monitoras realizaram duas oficinas de Introdução aos Softwares de Criação – pagos e gratuitos – com uso dos computadores no Laboratório de Mídias Digitais do DECOM. A segunda oficina, ofertada no mesmo Laboratório, focou exclusivamente no uso do software Figma. Por fim, foi compartilhado com os alunos a apresentação completa que serviu como um guia digital de iniciação a esses softwares.

Caos Convida

O Caos Convida foi uma ação pensada pela equipe de monitoria para fortalecer a interlocução dos estudantes do curso com profissionais do mercado publicitário. Foram organizados dois eventos de extensão universitária no formato mesa-redonda a cada semestre, totalizando quatro ao todo em 2023, realizados no auditório do DECOM e com adesão expressiva dos estudantes. Em 2023.1, tivemos o Caos Convida – Identidade Visual, com três designers que desenvolvem trabalhos de destaque na área. Nos dois semestres, viabilizamos o retorno do Elas na Criação, que promove a reunião de mulheres (redatoras, diretoras de arte, designers e produtoras), visando apresentação e discussão de trajetórias, perspectivas, desafios e oportunidades na área. No semestre 2023.2, o tema do Caos Convida foi Inteligência Artificial, com a presença de publicitários diretores de arte que estão se destacando com o uso dessas novas ferramentas para a geração de imagens.

Caos & Causas

A última atividade avaliativa do semestre, realizada de forma integrada entre duas disciplinas, promoveu a criação de uma campanha de conscientização, intitulada Caos & Causas. Em 2023.1, a causa eleita foi o combate à poluição plástica, temática definida pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) da ONU para o Dia Internacional do Meio Ambiente (5 de junho), que seguiu no mês seguinte com o movimento “Julho Sem Plástico”. Já em 2023.2, a atividade teve como causa o conceito

da desaceleração, do equilíbrio físico e mental no âmbito da Sociedade do Cansaço (Han, 2017). As atividades foram divididas em duas etapas de veiculação. Etapa 1: criação e confecção de cartazes para exposição no térreo do DECOM (Expocaos). Etapa 2: desdobramento e adaptação desses cartazes para veiculação na página do C.A.O.S. no Instagram. As duas campanhas resultaram em produtos criativos de qualidade e foram consideradas pelos estudantes e monitoras como ações bastante exitosas. No semestre 2023.2, A Expocaos contou também com a participação de trabalhos dos estudantes matriculados na disciplina COM319 – Fotografia Publicitária, ministrada pela docente Emanuele Freitas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os desafios do ensino na área de Criação Publicitária demandam atenção especial do corpo docente dos cursos de Publicidade e Propaganda. Possibilitar a revisão de protocolos pedagógicos anacrônicos são de extrema importância. De um modo geral, o suporte das monitoras se mostrou fundamental na busca de alternativas renovadas. Alguns objetivos não alcançados demandariam mais tempo de dedicação às ações do Projeto, especialmente com apoio financeiro em próximos editais. A proposta é que possamos dar continuidade ao Projeto de modo permanente, contribuindo para a melhoria dos indicadores didáticos previstos em Planos Trienais e Projetos Pedagógicos do Curso. Dessa forma, ampliam-se as chances de explorarmos mais o potencial criativo dos estudantes, além do estímulo do corpo discente pela prática docente.

REFERÊNCIAS

CARRASCOZA, J. A. **Do caos à criação publicitária**: processo criativo, plágio e ready-made na publicidade. Saraiva, 2008.

HAN, B. C. **Sociedade do cansaço**. 2. ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 2017.

HANSEN, F; PETERMANN, J; CORREA, R. S. **Criação Publicitária**: Desafios no ensino. Porto Alegre: Sulina, 2020.

LUPTON, E. **O design como storytelling**. Osasco, SP : Gustavo Gili, 2020.

PREDEBON, J. **Criatividade**: abrindo o lado inovador da mente. São Paulo: Atlas, 2010.