

O papel das Agências Experimentais na extensão universitária nos cursos de comunicação¹

Patrícia Lima²

Centro Universitário Estácio de Brasília

RESUMO

O trabalho se propõe a refletir a relevância das Agências Experimentais dos cursos de Publicidade e Propaganda (Estação) e Jornalismo (Metafox), do Centro Universitário Estácio de Brasília enquanto espaço de prática profissional e extensionista. O objetivo principal é que os discentes tenham vivência e desenvolvam habilidades na área de formação a partir de experiências extensionista com clientes reais da comunidade externa. É uma proposta empírica de campo que propõe o contato prático profissional. Os resultados obtidos apontam para o desenvolvimento crítico e cidadão dos estudantes na perspectiva da extensão como emancipadora da formação universitária.

PALAVRAS-CHAVE

Agência experimental; extensão; publicidade e propaganda; jornalismo; prática profissional

INTRODUÇÃO

Este trabalho se propõe a apresentar como por meio do papel de agências experimentais a extensão continuada pode ser porta para emancipação dos estudantes. Parte-se de um olhar institucional e pedagógico vivenciado no Centro Universitário Estácio de Brasília (DF) nos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo em que os espaços das agências são de grandes oportunidades para os discentes desenvolverem suas habilidades a partir de um cliente real e externo.

Na perspectiva institucional existem políticas de extensão, que são consideradas basilares na formação do estudante, como por exemplo, a extensão curricular obrigatória e a extensão continuada. No contexto da extensão continuada e nos cursos de

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Professora e coordenadora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Estácio de Brasília, e-mail: patricialimajornalista@gmail.com e patricia.mlima@estacio.br

comunicação concebe-se o espaço das agências experimentais como privilegiado quando são articuladas as vivências e práticas profissionais. O desenvolvimento de habilidades com cenários de clientes reais e externos, ou seja, oriundos das próprias comunidades dos alunos ou circunvizinhas ao centro universitário permite que os envolvidos possam de fato nutrir-se de vivências dentro do campo técnico-formativo.

Assim, as competências profissionais são focadas nos eixos da criatividade, do trabalho colaborativo, da gestão e da adaptabilidade as diferentes situações. As agências são como *hub* de disseminação de conhecimentos, por meio da realização de trabalhos e projetos de qualificação, oferecendo à comunidade acadêmica, mas também à sociedade troca de saberes.

O trabalho apresenta como as agências Estação e Metafox desenvolvem projetos por meio da extensão partindo do olhar transformando da experimentação social.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao associar ensino, pesquisa e extensão, as agências passam a configurar na vida acadêmica do discente como uma construtura de valores humanos e de formação cidadã crítica, oferecendo algo mais que a diplomação e o desenvolvimento de habilidades profissionais. Para Martins (2014, p. 10):

Ao institucionalizar a agência numa linha extensionista, reforça-se o tripé universitário (ensino-pesquisa-extensão), que articula a produção de conhecimento necessária à formação profissional com a prática discente, além da aproximação entre a universidade e a sociedade, beneficiada, direta ou indiretamente, com o trabalho desenvolvido junto às instituições, afinal elas detêm informações de interesse público.

Proporcionar aos participantes uma formação que possibilite contato direto com a comunidade externa é de suma importância quando se olha para o desenvolvimento do discente sobre o âmbito político-social de suas cidades e regiões.

Neste contexto, o papel do docente é peça fundamental como facilitador das experiências que a extensão dentro de agências experimentais podem proporcionar ao discente. Tondato (2010) já apontava que o professor não pode ser mais apenas o transmissor de saberes. É nesta visão que a estrutura das agências é planejada. A

presença do docente orientador é relevante, mas como aquele que orientar e facilita os processos.

Medronha (2006) pontua que uma agência experimental pode ser um lugar para colocar em prática o que se aprende teoricamente, além de possibilitar um contato mais próximo com a realidade do mercado de trabalho. Percebe-se um gradativo crescimento no contexto das habilidades da área quando o aluno se envolve nos trabalhos proposto.

Segundo Dias (2005) a universidade deve consolidar a experiência dos alunos, quer seja pela prática ou pela teoria. Assim sendo, se percebe a extensão como excelente espaço para alinhar os dois processos. A lógica de empoderar e permitir que diante de sua realidade local o aluno tenha percepção da construção das narrativas midiáticas planejadas a partir de uma comunicação sensível e democrática torna-se o objetivo dos espaços das agências Estação e Metafox.

METODOLOGIA

As agências experimentais Estação e Metafox têm como objetivo proporcionar aos estudantes um espaço de troca, execução e formação integrada em que estes assumam atividades e funções de uma agência de comunicação integrada, atendendo a comunidade externa.

Observa-se a importância destes espaços como forma dos discentes praticarem de maneira organizada o contexto das práticas midiáticas de atendimento a comunidade, a saber:

- Participar de reuniões com os clientes;
- Prospectar novos clientes
- Participar de reuniões de *briefing* com clientes
- Prestar contas e cobrar andamentos em reuniões semanais internas
- Abertura e preenchimento de PITs (Pedidos internos de trabalho ou JOB)
- Desenvolver trabalhos de pesquisa para aprofundamento dos dados do *briefing*;
- Elaborar planejamento de comunicação
- Gerenciar equipes (trabalho interno de liderança e co-responsabilidade)
- Problematizar e conceituar os objetivos da comunicação

- Criar peças gráficas, spots, vts visando responder ao problema de comunicação
- Diagramar, compor, ilustrar e redigir textos
- Realizar reunião de *feedback* para avaliação dos resultados e correção das falhas ou entraves percebidos.

Sendo assim, os estudantes têm autonomia para gerenciar os processos que envolvem a prática das agências, ou seja, mais do que simplesmente praticar os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

Metodologicamente a construção de passos ou processos são essenciais e pensados pelos estudantes com a supervisão do docente orientador. São 25 alunos participantes e um professor orientador, com auxílio do colegiado dos cursos. Entre os alunos são escolhidas 6 lideranças, ou seja, aqueles que serão condutores das equipes de trabalho. O público do recorte anual 2023/2024 é estimado em 50 indivíduos diretamente, pessoas assistidas pela ABRAPEC-DF, além do atingindo via redes sociais e mídias digitais. O trabalho viabiliza qualitativamente entregar serviços e produtos as necessidades do cliente e pode ser acessado diretamente nos espaços físicos e digital da associação.

No que diz respeito a profissão os alunos gerenciam também os recursos humanos, ou seja, além do “fazer” comunicação, eles aprendem a trabalhar em equipe, gerenciar crises, criar soluções para as demandas e prospectar clientes no contexto da comunicação comunitária, ou seja, de atendimento as comunidades circunvizinhas ao Centro Universitário.

RESULTADOS

Os resultados alcançados demonstram que as agências são de fato emancipadoras quando se trata de gerar experiências de prática profissional, desenvolver habilidades e criar senso crítico. A articulação entre o Centro Universitário e a sociedade possibilita de forma visível aos alunos e docentes uma transformação, que de maneira direta leva à troca de saberes.

As agências desenvolvem junto a ABRAPEC-DF, cliente do ciclo 2023/2024 um trabalho que se articula como destacado na metodologia, em saberes adquiridos por meio do ensino, da pesquisa e da extensão advindos também das necessidades da comunidade. O atendimento junto a associação tem proporcionado aos alunos participantes perceber a real articulação do conhecimento científico.

É importante destacar que os resultados apontam para a prática da responsabilidade social da educação superior como destaca Dias (2005). A produção e socialização de conhecimentos nos variados contextos que a extensão é capaz de gerar é visualizado a cada ano que projeto ocorre. De forma cíclica os clientes são estudados, convidados a participarem dos processos e são agentes ativos e geradores de conhecimento.

O trabalho extensionista no âmbito das agências experimentais apresenta resultados positivos para os cursos, mas principalmente, para os alunos envolvidos. Claramente a extensão continuada conduz os alunos uma prática de vivências educacionais e cidadãs em que a comunicação é espaço central.

CONSIDERAÇÕES

A aprendizagem humana é resultado das experiências sociais, da ação e da interação. O processo do aprender dentro de uma agência experimental pode-se dizer é sustentado na construção, reconstrução e tomada de consciência do discente do seu próprio desenvolvimento. É neste lugar que se busca projetar o aluno.

Para Morin (1999) a educação deve ensinar a pensar ou raciocinar, ou seja, estabelecer as verdadeiras relações com o real, com o palpável, com o questionável. O desenvolvimento do sujeito nos espaços das agências como extensão continuada leva a resultados de aprendizagem humana. Lidar com o complexo sistema social que estrutura os clientes externos é ponto primordial dos resultados que durante os anos de atuação a Estação e a Metafox apresentam.

Em meio a todo o contexto apresentado, vale ressaltar o papel articulador, mediador e orientador do docente que conduz o processo. É nesta figura que as articulações de aprendizagem ocorrem (FREIRE, 1997).

Baseadas em problemas reais apontados pelo cliente é que as possibilidades e problemáticas acontecem. A prática educativa consciente e crítica transforma a realidade dos públicos envolvidos, sejam estes, alunos, docentes ou comunidade externa.

Os passos metodológicos que são percorridos nas agências demonstram a relevância do ensino, da pesquisa e da extensão na formação do indivíduo. Uma prática de diálogo entre os sujeitos envolvidos e comprometidos com o projeto aqui apresentado.

O que se espera é que as agências possam continuar contribuindo como espaço construtivo do saber por meio da experiência extensionista.

REFERÊNCIAS

DIAS SOBRINHO, José. **Dilemas da educação superior no mundo globalizado**. Sociedade do conhecimento ou economia do conhecimento? SP: Casa do Psicólogo, 2005.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

MARTINS, Juliane. Agência experimental como projeto de extensão universitária. **Extensão em Foco**, Curitiba, n. 10, jul./dez.2014.

MEDRONHA, Jacira. (**Agência experimental: um laboratório a experienciar novos formatos de comunicação**); Trabalho apresentado ao GT 7 . PP e Comunicação Mercadológica, do XI Regiocom - **2006**) (PDF).

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Cortez, 1999.

TONDATO, Márcia Perencin. Projetos experimentais, projetos integrados e agências experimentais: novas práticas pedagógicas no ensino de comunicação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Ano XV, n. 2, maio/ago. 2010.