

Prática extensionista em Publicidade e Propaganda: estímulo ao protagonismo discente¹

Renata Caleffi²

Lucia Monteiro Pullin³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Unicentro, Paraná

RESUMO

A curricularização da extensão na Unicentro efetivou a prática extensionista para discentes dos cursos de comunicação. Ao mesmo tempo em que foram fomentadas as atividades cotidianas, também estimularam o aprendizado constante. Este relato de experiência versa sobre a primeira experiência da disciplina práticas extensionistas para estudantes do segundo ano de Publicidade e Propaganda da instituição, realizada em 2024. O resultado da nova disciplina teve como característica central o fortalecimento do protagonismo estudantil na busca de uma comunicação efetiva e cidadã.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; disciplina; relato de experiência; Unicentro; extensão curricular.

INTRODUÇÃO

A curricularização da extensão é disposta na Resolução CNE/CES nº 7 de 2018, estabelecida pelo Ministério da Educação, em que foram definidos os princípios, fundamentos e os procedimentos para planejamento e ações das atividades referidas pelos cursos de ensino superior brasileiros. Tal normativa, que passou a ser integrada nos Projetos Políticos Institucionais (PPIs) e nos Projetos Pedagógicos dos Cursos (PPCs) no período de três anos, foi efetivada no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), com a nova grade curricular, iniciada em 2023.

Prevista para o segundo ano do curso, a disciplina Teoria e Prática Extensionistas em Publicidade e Propaganda conta com uma carga horária de 170 horas/aula, com a ementa abrangente, sendo: “A relação entre a extensão e a Universidade. Cidadania, Publicidade e Propaganda. Educação ambiental e em direitos humanos. Estudo de práticas extensionistas. Elaboração de projetos de extensão” (Unicentro, 2023)⁴.

¹ Trabalho apresentado no Fórum Ensicom, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Professor do Departamento de Comunicação Social da Unicentro, Guarapuava – Paraná, e-mail: renatacaleffi@unicentro.br.

³ Professor do Departamento de Comunicação Social da Unicentro, Guarapuava – Paraná, e-mail: lucaspullin@gmail.com

⁴ Disponível em <https://www3.unicentro.br/proen/wp-content/uploads/sites/41/2025/03/COMUNICACAO-SOCIAL-PP-2023.pdf>. Acesso em 05 de maio de 2025.

Em 2024, pela primeira vez a disciplina foi ministrada e, assim como em grande parte dos cursos de comunicação, a dúvida de como curricularizar a extensão de maneira eficiente surgiu. Nas discussões internas da universidade, que seguia sem uma normativa específica para as disciplinas extensionistas, também existiam dúvidas e incertezas acerca de como atuar. Dessa forma, montar a estrutura da disciplina não foi algo fácil. Ainda assim, como a mesma foi dividida entre dois docentes, optamos por deixar o planejamento mais aberto, com possibilidades de alternância de atividades para estimular o protagonismo discente.

Este resumo apresenta os resultados de uma disciplina construída e desenvolvida em 2024, na Unicentro, que pode contribuir com a proposição de novas disciplinas e atividades em outras universidades, bem como demonstrar o papel dos discentes na construção de atividades extensionistas. No total, seis projetos diferentes aconteceram ao longo do ano, demonstrando a importância da concretização da prática da extensão nos cursos de Comunicação Social.

Martin-Barbero (2004, p. 339-400), explica que a educação e a comunicação são práticas interligadas, apontadas, ao que Freire também enfatiza, como algo que avança do sentido puramente instrumental. É preciso, segundo o primeiro autor, inserir na "educação os complexos processos de comunicação da sociedade atual, ou falando de outro modo, pensar no ecossistema comunicativo que constitui o entorno educacional difuso e descentrado em que estamos imersos". A mesma lógica é destacada por Kaplún (1985), que ressalta que a comunicação social tem como essência ser libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista.

Ambos os autores completam o que destaca a Política Nacional (Forproex, 2012), que estabelece a necessidade de as pessoas que estão envolvidas na prática extensionista, compreendam os problemas sociais que irão atuar. Isso significa que fazer extensão é também (re) conhecer a realidade inserida, ou então participar de um processo de (re) descoberta das atividades.

Tais referências foram utilizadas em sala de aula durante a disciplina de Práticas Extensionistas, no segundo ano de Publicidade e Propaganda da Unicentro, no ano de 2024. O objetivo foi demonstrar para os discentes que eles poderiam (e sempre poderão) auxiliar a compreender e auxiliar em demandas que estimulem a sociabilidade e a comunicação como transformadora. Tudo isso, tendo eles mesmos como protagonistas de

suas formações técnicas, sendo seres/agentes de garantia de direitos e deveres de transformação social.

Mesmo a publicidade sendo vista, em boa parte das atividades, como práticas persuasivas comerciais, nas atividades extensionistas ela foi redefinida como uma atividade que tem como direção a construção de uma sociedade mais justa, atendendo exatamente entidades sem fins lucrativos ou temáticas sociais.

Esse norteamento é respaldado por Casadei (2016), que enfatiza que os projetos de extensão na área de comunicação, precisam, de certa maneira, estar relacionados a tentativas de atender a demandas por direitos, de modo a ensejar demandas por justiça social. O lugar privilegiado da extensão mora exatamente neste ponto, pois é possível estimular o desenvolvimento de práticas diferentes com discentes de publicidade e propaganda, envolvendo seus anseios e questionamentos sociais, tão discutidos em disciplinas teóricas no início do curso.

A construção da disciplina, que era dividida entre os dois docentes, estabeleceu que os conceitos teóricos deveriam ser aprofundados no primeiro semestre (pois a disciplina era anual). Isso porque, os discentes ainda estavam no início do segundo ano do curso, sem muito conhecimento teórico-prático. Foram abordados, durante o mais de 60 horas aulas, conceitos como: direitos humanos, movimentos sociais, comunicação alternativa e popular, conceitos sobre extensão, extensão em comunicação e políticas públicas de comunicação.

Depois, em um segundo momento, ainda na parte teórica, foram apresentados projetos extensionistas diferentes, desenvolvidos em regiões e realidades brasileiras, bem como os projetos de extensão da Unicentro e especificamente dos cursos de Comunicação Social da Instituição. Os anais da Expocom, organizada pela Intercom, serviram como um primeiro banco de dados para encontrar projetos diferentes, que incluíssem todos os anseios dos estudantes envolvidos na prática extensionista. Também os anais do Alaic e das Jornadas de Extensão favoreceram o compartilhamento de projetos brasileiros e latinos.

Passado o primeiro momento, a disciplina caminhou para a organização dos projetos que seriam desenvolvidos ao longo do segundo semestre. Os discentes, estimulados pelos exemplos extensionistas, escolheram as temáticas e os grupos em que participariam das atividades. Todo esse processo foi apenas acompanhado pelos dois

docentes, com supervisão e orientação para melhor organização. Assim, foram formados seis grupos em uma turma com 22 estudantes, levando em consideração afinidade temática e de dinâmica de grupos.

Cada um dos grupos caminhou separadamente no desenvolvimento das atividades, mas ambos trocavam informações e solicitavam ajuda sempre que necessário no horário da disciplina. Além disso, no desenvolvimento das ações extensionistas, os discentes auxiliavam uns aos outros, mesmo não pertencendo ao grupo específico.

As temáticas abordadas pelos grupos nas atividades extensionistas foram:

- **Inclusão às tecnologias para a idosos:** em oficinas para integrantes da Universidade Aberta à Terceira Idade (Unati), as discentes envolvidas no projeto Vidas em Retrato, através de ensinamentos básicos de fotografia com celulares, conseguiram apresentar e melhorar o processo comunicacional para pessoas idosas, com dificuldades no uso de tecnologias. Também mostraram os perigos do compartilhamento de informações e apresentaram como extrair o potencial criativo do uso da tecnologia.
- **Alzheimer:** apoiando a Aepapa (Associação de estudos, pesquisas e auxílio às pessoas com Alzheimer), o Vozes da Lembrança teve três ações. A primeira com um documentário sobre a associação e suas atividades; a segunda com registros fotográficos das pessoas atendidas pela Aepapa e; em um terceiro momento, foi realizado um evento no Teatro Municipal de Guarapuava, a fim de conseguir doações para a associação e levar cultura e entretenimento para as famílias atendidas.
- **Animais abandonados:** a ação visou identificar e resolver problemas estruturais da ONG Patas com Patas, que cuida da causa animal, como a falta de uma identidade visual atrativa que trouxesse visibilidade para o movimento e uso ineficiente das redes sociais disponíveis, o projeto teve finalidade de melhorar essa visibilidade da organização para a comunidade e seu impacto. Assim, foi desenvolvida toda a identidade visual da ONG, bem como organização e postagens em redes sociais e, ao final, uma oficina para ensinar a presidente e voluntárias a manter a organização visual desenhada.

- **Indígenas:** a preservação da cultura indígena da Terra Indígena de Marrecas acontece por diferentes fatores, e por isso, o projeto teve como objetivo registrar a língua Kaingang e fomentar a divulgação da mesma em formatos diferentes. Para isso, a equipe realizou oficinas com alunos indígenas e, depois, formatou e organizou dois livros com lendas e histórias locais, ambas na língua Kaingang. Os livros foram também ilustrados pelos alunos da escola indígena e somente diagramados pelos discentes.
- **Adoção:** o “registrando memórias” organizou e realizou sessões fotográficas com crianças e adolescentes atendidos pela Fundação Proteger, fornecendo, ao final do projeto, registros fotográficos impressos para crianças em situação de adoção ou em abrigo provisório. A oportunidade de registrar momentos especiais dessas crianças e adolescentes mostrou como ações simples, como fotografias e eventos de integração, podem impactar profundamente suas vidas.
- **Caridade Social:** organização das redes sociais e materiais instrumentais das Irmãs vinculadas à Cáritas Sociales, com o objetivo de auxiliar na divulgação das feiras e de eventos sociais da entidade. Como o projeto teve dificuldades na execução, principalmente pela falta de comunicação e respostas, o projeto foi adaptado e, ao invés de movimentar e gerenciar as redes sociais, desenvolveu materiais para ensinar as irmãs a melhorarem a construção dos conteúdos e fotografias realizadas pelas mesmas das atividades desenvolvidas por elas com a comunidade atendida.

Durante todo o segundo semestre, tais temáticas e projetos foram incluídos na agenda dos discentes em ações que promoveram a comunicação social em prol do protagonismo não só dos discentes, mas da comunidade envolvida. No total, mais de 600 pessoas foram impactadas pelas ações de extensão do curso de Publicidade e Propaganda da Unicentro.

Cada um dos projetos abordou a extensão de uma maneira única, aproveitando os conhecimentos teóricos já desenvolvidos em sala de aula, bem como as ações práticas, em prol do desenvolvimento local. A variedade das produções e projetos demonstra o

quão importante a disciplina extensionista é para a comunicação social, principalmente para fomentar o protagonismo de estudantes na área escolhida.

No entanto, ao mesmo tempo em que é muito importante, também apresenta várias dificuldades, que incluem a falta de uma estrutura organizacional na instituição de ensino acerca da extensão curricular, bem como o próprio conhecimento sobre extensão na universidade pública. Aliado a isso, o fato de ambos os docentes serem colaboradores da instituição, na área de jornalismo, deixando arestas na forma de conduzir o conteúdo mais específico da área.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Resolução nº 7**, de 18 de dezembro de 2018. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira. **Resolução**. Brasília, 18 dez. 2018. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 02 maio 2015.

CASADEI, EB., org. **A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania** (online). São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016, 135 p.

FORPROEX. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus: (s.n.), 2012. Disponível em: <http://www.renex.org.br/documentos/2012-07-13-Politica-Nacional-de-Extensao.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2024.

KAPLÚN, M. **El comunicador Popular**. Quito: Ciespal, 1985.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004