

## **Natureza da criatividade no ensino de Comunicação<sup>1</sup>**

Moisés dos Santos Viana<sup>2</sup>

Universidade do Estado da Bahia (UNEB)

### **RESUMO**

O objetivo desta comunicação é discutir a natureza da criatividade em sua relação com o ensino de comunicação social, especificamente no componente Estágio Curricular Supervisionado, no curso de Comunicação Social, Rádio e TV, na Universidade do Estado da Bahia (UNEB), e suas condições de produção no Território do Sisal, interior da Bahia. Temos aí uma ambiência que proporciona a experiência formativa e ensino-aprendizagem para o desenvolvimento dos aspectos cognitivos e sociais, especificamente voltados para a caracterização das competências profissionais: criação, inventividade, inovação e desenvolvimento. Ou seja, a implementação de valores fundamentais qualificados para a produção comunicacional em seu desafio contemporâneo.

**PALAVRAS-CHAVE:** criatividade; comunicação; ensino; aprendizado; estágio supervisionado.

### **INTRODUÇÃO**

Podemos pensar no nosso tempo presente como a morte da criatividade? Hoje, o que chamamos de criativo e inventivo, principalmente no universo da educação, emprego e renda, apresenta, no mais das vezes, uma padronização e repetição, algo formatado por uma falsa perspectiva de novo e inovador. Atribuições dos indivíduos que passam a ser obrigados a “inovar”, “criar”, “inventar”. Assim, cria-se uma necessidade cada vez mais operacional do sistema social, apontando para a perspectiva da exploração dos corpos e das mentes, um psicopoder, denunciado por Byung-Chul Han (2015, 2017, 2018) e destacado como releitura do vigiar e punir nos processos societários.

No âmbito da comunicação, vivemos uma crise marcada pela

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Fórum Ensicom, evento integrante da programação do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de julho de 2026.

<sup>2</sup> Docente da Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Educação, Curso de Comunicação Rádio e TV, Campus XIV, Conceição do Coité-BA; e-mail: [mviana@uneb.br](mailto:mviana@uneb.br).

contemporaneidade do emprego e renda, bem como pelas ameaças institucionais e falta de regulamentação dos meios de comunicação e plataformas das *Big Techs*. Tudo isso vai criando um clima horrível para o comunicador, formando uma atmosfera de insegurança, falta de liberdade e morte da criatividade.

Sobre essa problemática da criatividade, compreendemos que o ensino de comunicação é uma experiência formativa baseada nas necessidades de uma vida vivida em ambiência de estímulos constantes para as agências cognitivas e relações sociais, material ou necessidade das relações baseadas nas perspectivas das experiências comunicacionais.

Assim, o objetivo desta comunicação é discutir a natureza da criatividade em sua relação com o ensino de comunicação social, mais especificamente no componente Estágio Curricular Supervisionado. Destacamos, por exemplo, que a criatividade é posta como processo primordial dos percursos do ensino de comunicação, levando-nos a refletir sobre a arte, a filosofia da criatividade.

Podemos pensar em uma educação criativa sustentada nas experiências formativas que facultam os processos de desenvolvimento humano no campo da comunicação, especificamente no Estágio Supervisionado em Comunicação como incubadora de criatividade e gestão profissional para criar, inventar e renovar as ideias a partir de experiência formativa.

## **NATUREZA DA CRIATIVIDADE E ESTÁGIO**

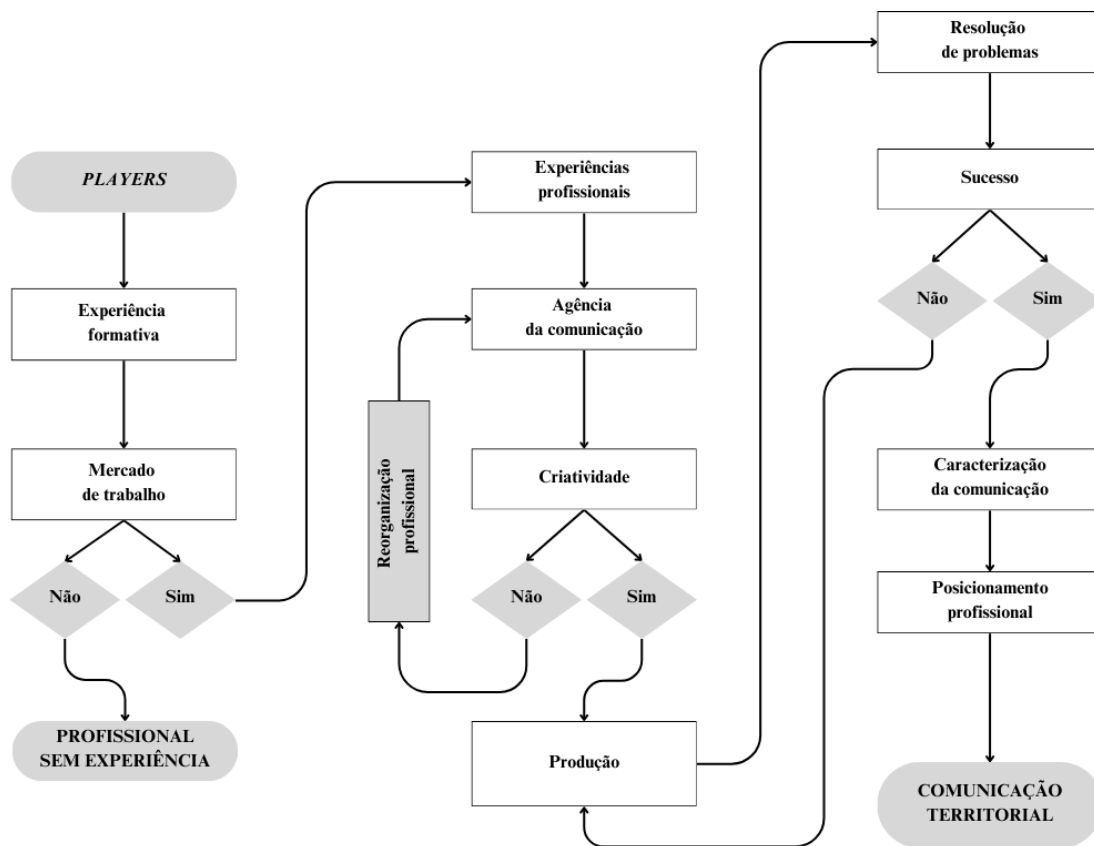
A noção de que as coisas nascem do nada é uma invenção *ex nihilo* da teologia ocidental. No entanto, para os gregos e outros povos, não existe esse “nada nasce do nada”, mas a concepção de que a existência da matéria é eterna e mantém-se no deslocamento do tempo. As camadas do tempo-espaço sustentam os processos criativos como camadas biogenéticas, possibilitando a agência humana (Albuquerque Navarro, 2005). O que nos desloca a pensar este agenciamento como deslocamentos para as experiências dadas.

Podemos pensar que cada indivíduo ou agente humano se atribui uma relação de experiência como processo paulatino de desenvolvimento cognitivo, social e cultural. Essa experiência realizada na universidade permite a esse agente um conjunto infinito.

de realizações e inovações criativas, dadas as devidas contextualizações institucionais. Falamos então de vivências territoriais, que marcam o circuito da criatividade (Figura 01), em que os agentes se localizam não como repetidores treinados, mas como agentes da criatividade.

Essa criatividade não nasce do nada, como validadores da concepção da tabula rasa, mas de um processo que compreende cada agente como seres de experiências criativas e cumulativas. Entendendo, a partir das referências pragmatistas, que esse ser da experiência é materialmente localizado, capaz e dotado de história formativa nas universidades, a partir do ensino de comunicação. Verdadeiros *players* da criatividade nos mercados de trabalho.

Figura 01 - Circuito dos *players* para natureza da criatividade.



Fonte: Elaboração do autor (2025).

Sob esse auspicioso movimento pedagógico, o ensino de estágio em comunicação sistematiza o processo de relacionar os agentes educacionais e o mercado.

de trabalho, como elementos qualificados de um sistema que se interliga em operações de experiências criativas (Viana, 2025). Trata-se de um processo qualificado e visionário, em que cada agente propõe elementos que se organizam no dia a dia do ensino e aprendizagem. Esses elementos perpassam ainda agentes como universidade, mercado de trabalho, estudantes, professores, profissionais, empresas, agentes públicos, coletivos e o próprio território.

A concepção do ensino com processo operacional em um sistema de conhecimento leva à criatividade. Ela relaciona elementos de experiência como elemento qualitativo que proporciona, além de um diferencial profissional, um marcador fundamental para as relações dos agentes no processo de estágio supervisionado.

É na experiência formativa do estágio supervisionado que o discente apreende a perspectiva de criar, propor e inovar. Além disso, materializa isso em uma perspectiva concreta de vida profissional, elabora um plano de carreira, constrói um plano de estágio e executa processos criativos de produção.

Na Figura 01 - Circuito dos *players*, destacamos que a formação do agente criativo profissional depende das experiências vividas por ele no âmbito de uma formação criativa, e ela se faz em ambientes multirreferenciais de aprendizado, fora das salas de aula, e realidades concretas, tipificadas pelo estágio curricular supervisionado. A criatividade se materializa, destacando-se nas relações dos indivíduos com o ambiente da universidade, mas não se encerra nela; ao contrário, pois ela se torna ponto de partida, momento singular que marca as potencialidades dos profissionais em formação.

Assim, podemos dizer que o Estágio Supervisionado se concretiza como momento singular da criatividade no ensino de comunicação:

- momento disruptivo: o discente deixa o casulo da universidade e se compreende como profissional em formação, proporcionando uma disruptividade nos padrões de aprendizado que o leva a refletir sobre si e sobre o curso que ele realiza;
- resolução de problema: a proposta do estágio força o discente a propor a resolução de problemas reais no campo de comunicação, referenciado no local de estágio, dentro do universo conhecido pelo estudante e sob o

desconhecido, forçando-o a uma perspectiva profissional, pois são parte de sua formação como comunicador.

- processo de produção: o processo de produção comunicacional é direcionado para propostas concretas, sempre se referenciando diante de problemas reais dos espaços de comunicação, levando a uma experiência para criatividade e para a inovação;
- aspecto experiencial: a experiência concreta de aprendizagem faz com que se proporcione conhecimento aplicado, novas perspectivas cognitivas, proporcionando elementos singulares para o agente do conhecimento, levando-o a perceber-se como protagonista de sua formação e qualificação;
- plano de carreira: a experiência formativa proporciona uma maturidade acadêmica e profissional em que o discente não se percebe como um mero estudante universitário, mas como agente qualificado, produtor de produtos comunicacionais que são consumidos em uma sociedade;
- reorganização do ensino-aprendizagem: tudo isso leva a universidade a pôr-se como agente qualificado de gestão e difusão do conhecimento, proporcionando elementos de criatividade no âmbito profissional, agilizando processos, desenvolvendo ações que proporcionam criatividade e inovações no universo do ensino de comunicação.

O ensino de comunicação pode desenvolver essa capacidade de criar e inovar na universidade, mas é no universo do estágio supervisionado que a criatividade pode se materializar efetivamente como elemento, marcando e potencializando os profissionais em formação.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Não podemos responder sobre o fim da criatividade, até porque não sabemos muito do seu começo. No entanto, compreendemos que o ensino de comunicação pode ter uma direção para potencializar a criatividade, pois esta se faz necessária nas relações cognitivas, relacionais e torna-se valor importante para o profissional da comunicação.

A criatividade é um elemento primordial da comunicação nas experiências formativas, facultando o desenvolvimento humano, principalmente no campo da comunicação, proporcionando uma outra forma de o discente ver-se como profissional. Cria-se a possibilidade de se organizar para pôr em prática suas ideias como agente da criatividade, agente da comunicação, agente cultural e agente político. Cada produção comunicacional desse agente, diante das esferas do campo da comunicação, proporciona uma conquista para si, que se compreende como ser de singularidade que cria e recria seu mundo mediado por experiências criativas.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE NAVARRO, Marli B. M. de. Homem e natureza: cognição e vida como elos indissociáveis. **Ciências & Cognição**, Rio de Janeiro, v. 1, p. 29-33, mar. 2004. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1806-58212004000100005](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-58212004000100005). Acesso em: 13 de maio de 2026.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do Cansaço**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

HAN, Byung-Chul. **No Enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

VIANA, Moisés dos Santos. **Estágio e Comunicação: das experiências ao sistema de conhecimento**. Salvador: EDUNEB, 2025.