



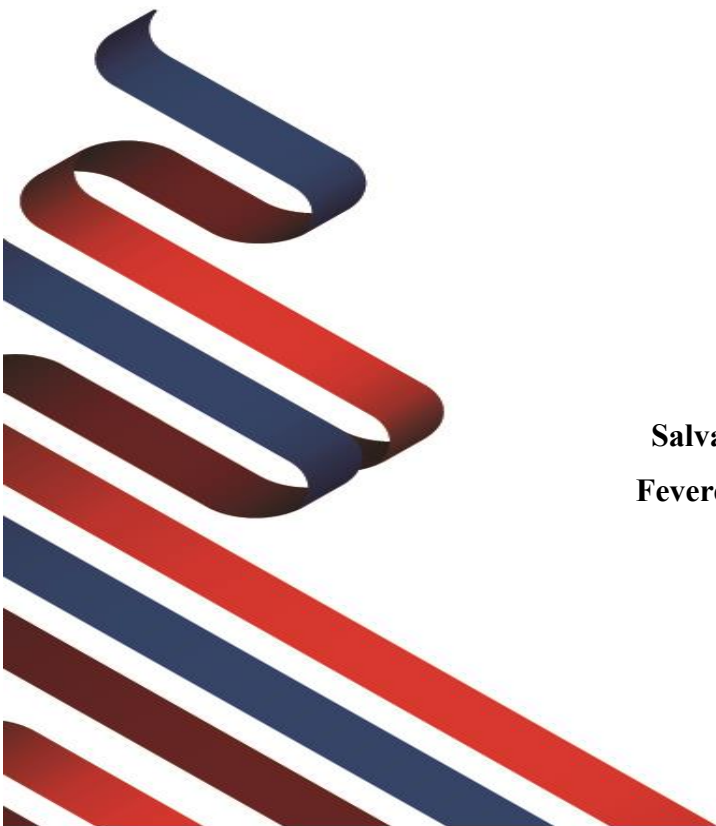
CENTRO UNIVERSITÁRIO JORGE AMADO

CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Educação Presencial

RESUMO PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Salvador, BA
Fevereiro, 2023



CENTRO UNIVERSITÁRIO JORGE AMADO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
EDUCAÇÃO PRESENCIAL
RESUMO DO PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

Presidência

JOSÉ MARIA DE VASCONCELLOS E SÁ

Reitoria

NÉDIO LUIZ PEREIRA JUNIOR

Pró-Reitoria de Graduação

MIDIAN ANGÉLICA MONTEIRO GARCIA

Diretoria Administrativo Financeira

IVAN SOUZA GUERRA LIMA

Coordenação Geral de Pós-Graduação

SYLVIA DALCOM BASTOS BARRETO

Coordenação Geral Acadêmica Graduação Presencial

SUZELI MAURO

Coordenação Geral Acadêmica Graduação a Distância

EDINALDO LUZ DAS NEVES

Coordenação do curso

PATRÍCIA BARROS MORAES

CONCEPÇÃO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

OBJETIVOS DO CURSO

OBJETIVO GERAL

No Centro Universitário Jorge Amado, a educação é compreendida como um processo de formação de competências, com qualidade formal e política, encontrando no conhecimento inovador, crítico e criativo a alavanca principal da intervenção social ética. A missão institucional é formar seres humanos com habilidades e conhecimento profissional, e assim possam contribuir plenamente para a melhoria da qualidade de vida das sociedades através da sua atuação profissional e pessoal.

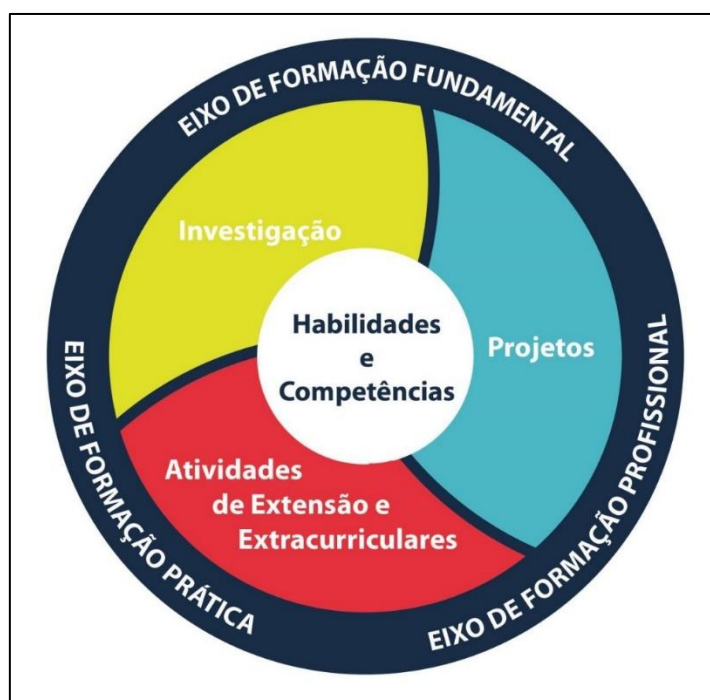


Figura 1 - Síntese da concepção do curso

Fonte: Unijorge, 2017

Em consonância com esta diretriz, o curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Jorge Amado assume como missão dar as condições necessárias para que o egresso da instituição seja um profissional com formação humanística sólida, capaz de refletir e atuar criticamente frente às exigências de um mundo globalizado, fortemente marcado pela hipermediação da informação e pelo constante avanço tecnológico dos meios. Um profissional com domínio da língua portuguesa, das diferentes linguagens usadas nos processos de comunicação e das tecnologias comunicacionais, habilitado a exercer sua profissão com responsabilidade, criatividade e senso ético.

É nosso objetivo preparar profissionais capacitados para pensar e repensar as práticas e para modificar rotinas produtivas em busca de um aprimoramento profissional, sem nunca perder de vista as consequências sociais de seu trabalho. Um profissional comprometido com os direitos humanos e a justiça social, que trabalhe para fiscalizar os poderes constituídos e que zele pela liberdade de imprensa e pelo direito à informação.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- i. Propiciar a formação de profissionais dispostos a atuar com responsabilidade técnica e social;
- ii. Dar ao aluno os instrumentos necessários para que ele aprenda a aprender e se desenvolva de forma continuada;
- iii. Integrar as disciplinas teóricas e práticas durante os quatro anos do curso;
- iv. Criar espaços de ação e reflexão profissional laboratorial, através dos produtos gestados nas disciplinas e nos vários núcleos de extensão do curso, e incentivar a participação dos alunos;
- v. Possibilitar ao aluno o acesso e domínio das diversas tecnologias utilizadas para a construção dos produtos publicitários;
- vi. Motivar no aluno o espírito de trabalho em equipe, criativo e inovador;
- vii. Desenvolver no aluno o espírito empreendedor;
- viii. Incentivar o estudo e a pesquisa para reflexão sobre conceitos, práticas, linguagens, ritos, efeitos e instituições de comunicação;
- ix. Estabelecer uma simbiose com outros cursos ministrados na instituição, a exemplo dos cursos de Design, Jornalismo, Produção Audiovisual, Cinema e Audiovisual, História, Relações Internacionais, Turismo e Letras;
- x. Manter um corpo docente qualificado, com experiência acadêmica e de mercado;

- xi. Criar espaço permanente de discussão e aprimoramento pedagógico para o corpo docente;
- xii. Oferecer em seu currículo disciplinas que:
- Discutam as dimensões históricas e teóricas do campo da comunicação, da Publicidade e da Propaganda e suas implicações na sociedade contemporânea;
 - Façam a desconstrução e problematização dos estereótipos, senso comum, expressões identitárias, práticas culturais e representações diversas presentes em produtos culturais e/ou midiáticos;
 - Trabalhem o domínio da leitura e escrita;
 - Trabalhem a responsabilidade social, a comunicação interpessoal e o diálogo com as diferenças;
 - Desenvolvam e reflitam sobre habilidades e competências necessárias para o exercício da profissão.

PERFIL DO EGRESSO

Seguindo o Parecer CNE/CES nº 0492, o egresso do curso de Graduação em Comunicação, em qualquer de suas habilitações, caracteriza-se por:

- i. sua capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- ii. sua habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
- iii. sua visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.
- iv. utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo, portanto, competente para posicionar-se de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode

ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

Especificamente, o perfil do egresso em Publicidade e Propaganda se caracteriza:

- i. pelo conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
- ii. pela tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados os objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;
- iii. pelo planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação.

COMPETÊNCIAS A SEREM DESENVOLVIDAS

As transformações sociais no mundo contemporâneo requerem do BACHAREL EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA um conjunto de competências e habilidades previstas nas novas Diretrizes Curriculares, que têm como base a Resolução CNE/CES N° 492/2001.

Em cumprimento com o Art. 2° da referida Resolução, o curso de graduação em PUBLICIDADE E PROPAGANDA deverá oportunizar a formação profissional que desenvolva as seguintes habilidades e competências:

- Assimilar criticamente conceitos que permitam a apreensão de teorias;
- Usar tais conceitos e teorias em análises críticas da realidade;
- Posicionar-se de modo ético-político;
- Dominar as linguagens usadas nos processos de Comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica;
- Experimentar e inovar no uso destas linguagens;
- Refletir criticamente sobre as práticas profissionais no campo da Comunicação;
- Ter competência no uso da língua nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área.
- Ordenar as informações conhecidas e fazer diagnóstico da situação dos clientes;

- Realizar pesquisas de consumo, de motivação, de concorrência, de argumentos, etc;
- Definir objetivos e estratégias de Comunicação como soluções para problemas de mercado e institucionais dos anunciantes;
- Conceber meios de avaliar e corrigir resultados de programas estabelecidos;
- Executar e orientar o trabalho de criação e produção de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- Realizar e interpretar pesquisas de criação como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias;
- Dominar linguagens e competências estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação com o mercado, envolvendo o uso da propaganda e de outras formas de comunicação, como a promoção de vendas, o merchandising e o marketing direto;
- Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem no ambiente empresarial;
- Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda.

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO

O estágio supervisionado não é obrigatório para o curso de Publicidade e Propaganda.

EXTENSÃO

A perspectiva de extensão no Centro Universitário Jorge Amado – UNIJORGE – corporifica-se por estabelecer uma trama educacional que desenha um triângulo com o ensino e pesquisa, estabelecendo uma continuidade pedagógica de cunho interprofissional, interdisciplinar, de problematização e de intercâmbio de saberes junto às comunidades de prática. As atividades de extensão integram o currículo em congruência com as orientações estabelecidas pela Resolução 7 de 18 de dezembro de

2018 do Ministério da Educação – MEC – que estabelece as diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira (BRASIL:2018). Nesse contexto normativo, as atividades de extensão são componentes curriculares e, na dinâmica do exercício integra a formação acadêmica para contribuir com um perfil de egresso comprometido: com as demandas comunitárias da contemporaneidade; que se comunica em posição horizontal, dialógica e compreensiva com as diferenças e que constrói, em compartilhamento com as alteridades, e promove um trabalho significativo ao protagonismo social.

Conforme esse arcabouço legal, a Extensão se expressa como dimensão de componente curricular, integra 10% da carga horária formativa do curso. As propostas de extensão estão previstas no Plano de Desenvolvimento Institucional, registrada como política institucional específica, segue, portanto, os seguintes princípios:

1. Sustentabilidade política, social e ambiental;
2. Protagonismo social;
3. Respeito às diferenças e às diversidades;
4. Intercâmbio horizontal de saberes;
5. Fomento à dialogicidade;
6. Respeito aos direitos humanos;
7. Afirmação do Estado democrático;
8. Defesa do Estado laico e
9. Enfrentamento das desigualdades sociais.

Nesse leque extensivo de princípios, a extensão na UNIJORGE é um ato de currículo que se efetiva em dimensão prática, pelo desenvolvimento de projetos pedagógicos em comunidades. Então, entende que a relação entre a academia e as comunidades de pertencimentos coletivos compreendem um elo indissociável que reflete saberes, repercutindo implicações entre complexidades, reciprocidades e culturalidades. Efetiva-se por desenhar paisagens intersubjetivas que se expressam nas corporalidades das pessoas e nas diversidades coletivas que circulam e que, sobretudo, disputam circularidades e visibilidades. O caleidoscópio conjuntural resultante da trama de poder reflete um compósito-contínuo, não linear, de saberes, crenças e interesses que, em interatividade, intercambiam referências para (re)significarem conhecimentos, compreensões e intervenções (MACEDO:2011).

Nessa ótica, o Centro Universitário Jorge Amado – Unijorge como sugere Santos (2009), considera a academia e as comunidades em uma roda em gira contínua,

ou seja, em um movimento circular que posições, visões e versões se alternam, sem estabelecer hierarquias, subalternidades, estratos ou linearidades contínuas. As narrativas refletem saberes de lugares de fala singulares, quando compreendidos nas e pelas diferenças subjetivas e pelas diversidades coletivas, associam-se para o fomento de um mundo plural compartilhado. Apesar de afirmar a base legal que reivindica coexistência ou tolerância, busca fundamentalmente, simbiose nas alteridades e nas horizontalidades por um horizonte ou por uma utopia desejante de compartilhamentos entre matrizes diferentes e diversas.

A perspectiva interseccional que, pressupõe trama de poder relacional e pujante, emerge para fomento de uma proposta de extensão acadêmica de cunho essencialmente formativa para o conjunto das pessoas envolvidas no trabalho em comunicação com os princípios do currículo de formação humanística. Rompe-se, assim, a tradição de um conhecimento acadêmico propositivo a ser desenvolvido em um campo de intervenção e realidade por uma autoridade de saber. Ao contrário, em comunicação dialógica, escutam-se, compreendem-se e elaboram-se sonoridades distintas para autorias coletivas de práticas que digam sobre demandas vivas de pessoas e de contextos. A prática origina-se e destina-se, respectivamente, do e ao território de cultura, constituindo-se em dimensão prática, quando teoria e contexto encontra-se reciprocamente referidos e conjugados. A intervenção, que se planeja entre falares, traçam concepções e ações significativas, conhecimentos que se fazem na trama de poder por tensões, negociações, memórias e projetos. Compõe a ideia de autoria em Foucault (2009), as construções de personalidade afirmam-se para ressignificações coletivas que alimentam solidariedade e protagonismo social.

A interseccionalidade horizontal entre a extensão e os princípios humanísticos pressupõe uma participação colaborativa e corresponsável em um entre-com a instituição, a intervenção, os acadêmicos e os usuários em uma perspectiva autoral do fazer e do cuidar. Demanda, assim, falas para debates circulares que construam e (re)construam ações que emanem dos universos das culturalidades que impigem marcas e sinais diacríticos no conjunto das pessoas envolvidas, independentemente de sua posição na instituição formativa. Ao contrário, do que se pensa uma leitura primeira, essa proposta não descarta planejamento técnico institucional prévio, esse torna-se essencial. Apresenta-se, entretanto, como um texto devir, que sinaliza espaços e tempos de falas e de escutas para reconhecimentos de pertencimentos idenitários, diferenças individuais e diversidades coletivas. As marcas desse composto que se faz em um território singular,

necessitam contemplar as nuances que dizem sobre todas em pessoas em suas dimensões individuais e coletivas como preveem as DCN.

Nesse sentido, o espaço dialógico, como de circularidade das linguagens precisa organizar-se em um circuito circular horizontal compreensivo. Ou seja, as fontes de falas e a escutas espelhadas se legitimem pelo significado e, não, por valor de atributo que se suponham estratificações qualificadas escalas ou atributos de juízos de superioridade ou inferioridade. Nessa lógica, sentidos são comunicação de constituição e perfil, dimensões que requerem planejamento de intervenção para cobertura de um complexo que se reconhece entre alteridades em um campo que fomente mais que tolerância e respeito, que fomente, portanto, o compartilhamento entre os saberes e o desejo das pessoas.

A Unijorge, nessa lógica, concebe a extensão acadêmica como construção de conhecimento que repercute processos de aprendizagens compartilhados. As produções ocorrem nos campos de prática em diversas comunidades que estejam em territórios empíricos ou virtuais; quer sejam locais, regionais ou nacionais; que se afirmem endogâmicas ou abertas ou que se reconheçam originais ou contemporâneas. A extensão, portanto, encontra-se no exercício de interação com o(s) outro(a) na singularidade ou nas pluralidades. Mais que ir na realidade, configura-se em um processo compreensivo que, na formação, pauta a criticidade, a sensibilidade e a reflexão para viabilidade de ações que afirmem sustentabilidade e responsabilidade social sempre na dimensão interativa relacional, ou seja, que requer implicação entre as pessoas envolvidas.

A efetivação dos princípios da extensão requer uma concepção dos projetos de extensão por manejo de uma gestão participativa que compreenda a comunidade acadêmica com autonomia e ação social protagonista. O cunho da participação se desdobra em um processo construtivo que estabelece uma linha contínua entre o planejamento, a proposta, a execução e a avaliação. Essas etapas colocam em diálogo as comunidades com o fluxo de gestão da Unijorge, contemplando a reitoria, a nucleação integrada, os cursos, os diretórios acadêmicos e a comissão própria de avaliação – CPA. O trabalho da CPA, em especial, avalia, em dimensão interna, a percepção da validade e da significação do trabalho de extensão da Unijorge. Os indicadores da CPA, ao circularem nas territorialidades da instituição, conferem debate para o (re)planejamento das atividades da extensão, indicando supressões, ampliações, atualizações e inovações.

Ao promover uma estrutura de gestão complexa e plural, a extensão na Unijorge pauta e efetiva um trabalho interprofissional que pressupõe comunicação entre

cursos e, conseqüente, entre profissionais. A interprofissionalidade, mais que presença e trabalho de profissionais com formações diferentes, requer compartilhamento de saberes e atividade por trabalho parceiro com equipes plurais. Ou seja, configura-se em uma concepção pedagógica que sustenta nas metodologias ativas de conhecimento que pressupõe que o conteúdo acadêmico se insere em uma relação entre concepção e prática. A compreensão e o trabalho vinculam-se por problematização e por significação dos contextos. Assim, a extensão requer gestão do conhecimento, envolve, anterioridade formativa, sob a responsabilidade do trabalho institucional de integração nuclear em parceria com as coordenações de curso. Essas esferas formativas criam espaços de escuta e de fala entre os diversos campos profissionais. O planejamento interprofissional destaca o contexto-problema, ampliando o trabalho pedagógico, desenvolvido no campo da interdisciplinaridade.

A gestão dos projetos será realizada pelos professores responsáveis pelas atividades através da Plataforma Dreamshaper, ferramenta de aprendizagem baseada em projetos de apoio à sistematização das práticas extensionistas. As trilhas existentes na Plataforma são exclusivas e definidas através de um planejamento acadêmico integrado, que visa abarcar as mais diversas modalidades do processo de extensão. O processo operacional, desde a inscrição até a finalização dos projetos deverá seguir as seguintes etapas:

Pelo portal Desafios Unijorge, ferramenta da Dreamshaper, serão realizadas

- I. a submissão dos projetos de extensão pelos professores, Coordenadores, Núcleos Institucionais ou Núcleos Acadêmicos, a qual passará por validação pela comissão de Extensão;
- II. inscrição dos alunos nos projetos de extensão de acordo com sua aderência e interesse pelo projeto apresentado;
- III. as inscrições dos alunos serão validadas e importadas para a Plataforma Dreamshaper, por onde será realizado o desenvolvimento do projeto até a sua finalização.

As ações de extensão são norteadas pelas 17 ODS da Agenda 2030 da ONU, as quais inspiraram a criação de eixos de extensão, nos quais os projetos deverão estar alinhados. Os eixos dividem-se em:

- I. Carreiras e Internacionalização

- II. Empreendedorismo, tecnologia e inovação
- III. Economia, sociedade e desenvolvimento regional
- IV. Promoção a vida, ambiente e bem estar
- V. Arte, cultura e identidades
- VI. Cultura digital e Comunicação
- VII. Direito, Cidadania e Inclusão

Nesse contexto, o curso enfatiza a extensão como dimensão prática de conhecimento na formação acadêmica do estudante, razão pela qual, perpassa por todos os semestres ao longo do curso. A marca diferencial considera que a comunidade discente ingressante emerge de personalidades e de comunidades coletivas diversas. A formação inicial com destaque na extensão pressupõe o reconhecimento de si e de outros(as) proximais que estão no mesmo contexto formativo e de outros(as) que são de lugares não tão proximais, ou mesmos, desconhecidos. Nesse sentido, a formação na Unijorge concebe a formação humanística que tem origem e destino para pessoas singulares subjetivas e para comunidades sociais empíricas que contextualizam a realidade efetivamente.

O conhecer da realidade social por si e pelos outros (as) aproxima-se do que se busca na formação humanista do estudante. O conhecimento associativo entre os universos acadêmicos e populares concebem os sentidos afirmativos da perspectiva contemporânea. A afirmação busca visibilidade e circularidades das configurações pessoais e sociais, em especial, às negadas, silenciadas ou memorizadas pelas hegemonias. Assim, a formação pauta um currículo diacrítico em consonância com Macedo (2011). A intercriticidade pressupõe a compreensão referida dos sentidos e dos significados culturais para a construção curricular, os atos de currículos se fazem pela ação de pessoas nas suas corporalidades e nos seus pertencimentos coletivos. Nessa lógica, o currículo desloca-se da instituição escolar para a comunidade, ou melhor, promove, uma interface entre ambas, tendo o Núcleo Profissionalizante e o Núcleo de Extensão e Responsabilidade Social papel fundamental nesta articulação.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é condição obrigatória para a conclusão do curso e obtenção do certificado de Bacharel em Publicidade e Propaganda. As atividades de desenvolvimento do TCC buscam articular os conhecimentos adquiridos ao longo do curso com a prática profissional na área de Publicidade e Propaganda, estimulando constantemente uma visão crítica desta atividade profissional, o posicionamento ético e a responsabilidade social do profissional egresso, através da capacidade de trabalhar conceitos, habilidades e competências na produção e análise desta área de conhecimento.

Atividade teórico-prática realizada pelos alunos regularmente matriculados no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Jorge Amado, o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem o objetivo de permitir que os alunos apliquem os conhecimentos adquiridos durante o curso num produto que melhor se adéque a seus interesses individuais.

TCC - Diretrizes

O TCC compreende a produção de uma campanha completa (projeto experimental), composto por diferentes formatos midiáticos (audiovisual, impresso, rádio e internet), nos quais serão discutidas diferentes angulações sobre uma mesma temática. Assim, os alunos terão a oportunidade de exercitar todas as linguagens possíveis na produção do projeto experimental.

Dessa forma, o discente deve prospectar um cliente real e identificar seu possível problema de comunicação e abordar a questão de maneira crítica, através da articulação entre teoria, pesquisa de campo e o desenvolvimento de uma campanha publicitária. A proposta do TCC é buscar sempre uma relação entre o conhecimento teórico e a atuação profissional. Além da apresentação escrita do TCC, o aluno deve submeter-se a uma defesa oral e pública, na qual a banca examinadora avaliará a qualidade do trabalho.

Objetivos

- i. - Desenvolver no aluno a capacidade de análise e o senso crítico para averiguação de problemas da realidade, articulando conceitos das ciências humanas e da comunicação mercadológica vivenciada e a produção de soluções de comunicação.

- ii. - Estimular a produção do conhecimento na área de publicidade, bem como o discernimento na aplicação de metodologias científicas.
- iii. - Desenvolver a capacidade de síntese e a interdisciplinaridade, habilitando-o profissionalmente a apropriação dos conhecimentos adquiridos durante o curso.
- iv. - Aperfeiçoar habilidades e competências desenvolvidas durante o curso, garantindo uma especialização de acordo com as aptidões dos discentes.
- v. - Conscientizá-lo da importância do desenvolvimento do TCC para seu amadurecimento profissional, enquanto rito de passagem para ingresso na vida profissional, enfatizando: a qualidade, o senso de investigação, a responsabilidade ética e social, a capacidade de comunicação e a postura profissional nas ações futuras.

OS TRABALHOS EXPERIMENTAIS

Através de uma perspectiva interdisciplinar, o desenvolvimento do TCC ocorre no sétimo e oitavo semestres do curso. O aluno deve, assim, abordar de maneira crítica um tema de clara relevância para as práticas publicitárias, buscando sempre uma relação entre o conhecimento teórico e atuação prática do profissional.

No sétimo semestre, o aluno deverá elaborar uma proposta de trabalho que explicita seu tema, problema de pesquisa, objetivos e o cliente adotado para o desenvolvimento da etapa prática, em caso de trabalho experimental. Para esta tarefa, o aluno contará com o acompanhamento do professor da disciplina Elaboração de Projetos (66h), na qual deverá articular, de modo interdisciplinar, as habilidades e conhecimentos adquiridos ao longo do curso na construção de um projeto de pesquisa. A esta disciplina cabe a tarefa de:

- i. - Esclarecer aos alunos sobre o calendário didático do TCC;
- ii. - Fornecer acompanhamento metodológico;
- iii. - Auxiliar o aluno no desenvolvimento do plano de pesquisa, que será apresentado como avaliação nessa mesma disciplina.

MODALIDADES

Para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso é desejável uma adequada relação entre o conhecimento teórico e as práticas comunicacionais no campo

da publicidade, a proposição de temas contemporâneos e a originalidade. Nessa perspectiva, o aluno do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Jorge Amado tem disponíveis duas possibilidades para o desenvolvimento de seu TCC, a saber: o trabalho monográfico e o projeto experimental.

MONOGRAFIA

O trabalho monográfico é o resultado de pesquisa científica, no qual há o levantamento de uma problemática, o posicionamento do pesquisador e seu tratamento em profundidade. De caráter essencialmente analítico, a monografia permite o estudo de aspectos relevantes e atuais da comunicação publicitária com base em dados, autores consagrados e testemunhos.

PROJETO EXPERIMENTAL

O Projeto Experimental deverá abordar questões relevantes para o exercício da atividade publicitária. Os temas adotados pela equipe devem demonstrar uma estreita relação entre a realidade do mercado e os conteúdos práticos e teóricos desenvolvidos nas disciplinas que compõem o curso, com especial destaque para abordagens sociais no campo da publicidade.

Organizado em duas etapas, tudo começa com a escolha de um cliente real, que concorde participar do Projeto Experimental, composto de uma etapa teórica e analítica, na qual os alunos desenvolverão a fundamentação teórica que melhor oriente a solução dos problemas de comunicação identificados.

Em uma segunda etapa, de caráter prático e analítico, o grupo deve aplicar, em um caso específico, os referenciais teóricos discutidos anteriormente. Ou seja, a equipe trabalhará com este cliente real e, a partir do levantamento de dados e produção de pesquisas de opinião e mercado, empreenderá um estudo deste cliente e de seus problemas de comunicação em publicidade. Após o estudo do cenário em questão e o desenvolvimento de um plano de comunicação para o cliente, o grupo deverá criar e produzir uma campanha publicitária, privilegiando a originalidade e as inovações em soluções de comunicação.

PROCESSO DE ORIENTAÇÃO

Na UNIJORGE, o TCC é resultado de um esforço coletivo entre seis professores, que se dividem em disciplinas com diferentes objetivos, a fim de contribuir com os trabalhos de todos os alunos. O conteúdo, cronograma e atividades das disciplinas devem respeitar os objetos de pesquisa dos alunos.

No oitavo semestre, caberá ao aluno desenvolver a pesquisa anteriormente estabelecida no projeto, com o suporte e a supervisão do seu orientador e coorientador. Nesta etapa, o trabalho acontecerá de acordo com cronograma determinado pelos orientadores, seguido de apresentação pública e avaliação dos resultados por uma banca examinadora. A fim de acompanhar e verificar todo o processo de orientação, há a disciplina Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda (88h), com as seguintes atribuições:

- i. Esclarecer aos alunos sobre o calendário didático do TCC;
- ii. Fornecer ao aluno acompanhamento metodológico no fechamento do trabalho de TCC;
- iii. Auxiliar e avaliar o aluno na confecção do texto final, quanto a formatos, normatização e preenchimento dos requisitos técnicos, científicos e metodológicos estabelecidos para o TCC;
- iv. Orientar o(s) aluno(s) na montagem da apresentação final para a banca;
- v. Promover simulações de apresentação com os alunos;
- vi. Promover seminário de qualificação dos trabalhos;
- vii. Distribuir as datas de apresentação, organizar montagem das bancas e material necessário.

Para a avaliação dos Trabalhos de Conclusão de Curso, a banca deverá considerar os seguintes critérios:

- i. Participação nas orientações e envolvimento com o TCC;
Proposição e aplicação adequada de metodologias;
- ii. Articulação entre os conhecimentos teóricos e práticos;
- iii. Conteúdo e consistência da pesquisa;
- iv. Qualidade dos elementos apresentados;
- v. Linguagem e estratégias de comunicação apropriadas;

- vi. Coerência ética e estética da proposta;
- vii. Correção textual e adequação às normas de estilo acadêmico;
- viii. Criatividade e inovação.

Cada etapa da campanha proposta é orientada por um professor especializado na área. Há ainda o coordenador (a) dos TCCs, que acompanha todos os grupos. A orientação acontece durante o horário das aulas, instituído desde o início do semestre, segundo o calendário acadêmico.

É responsabilidade dos orientadores:

- i. Encontrar-se regularmente com os orientandos;
- ii. Controlar a frequência e a participação dos orientandos durante os encontros de orientação (é recomendável solicitar a assinatura no registro de orientação);
- iii. Fazer a leitura e a avaliação de cada etapa do projeto;
- iv. Marcar a data da banca e pré-banca de acordo com o calendário institucional;
- v. Fazer o convite aos membros que irão compor a defesa dos concluintes;
- vi. Informar à coordenação do TCC a data e os convidados da banca para divulgação;
- vii. Orientar o(s) aluno(s) sobre o procedimento e postura durante o exame de defesa;
- viii. Elaborar e entregar o certificado de participação aos membros da banca (com assinatura da coordenação do curso);
- ix. Dar o resultado final ao aluno e divulgá-lo aos demais professores do TCC.

É de responsabilidade do graduando:

- i. Comparecer às orientações;
- ii. Acatar as sugestões do orientador;
- iii. Apresentar o material solicitado pelo orientador no prazo estipulado;
- iv. Desenvolver as atividades planejadas;
- v. Arcar com todos os custos do projeto;
- vi. Gerenciar a própria equipe (no caso de trabalhos em grupos);
- vii. Comparecer à pré-banca e banca examinadora.

É responsabilidade da coordenação do TCC:

- i. Acompanhar o desenvolvimento dos projetos dos alunos;
- ii. Acompanhar o processo de orientação;
- iii. Reafirmar o trabalho dos orientadores;
- iv. Divulgar as datas de pré-bancas e bancas, de acordo com o calendário acadêmico;
- v. Incentivar o comparecimento dos demais alunos do curso nas defesas;
- vi. Divulgar os trabalhos indicados ao Prêmio TCC para a coordenação do curso.

PROCESSO DE DEFESA

1. Pré-banca: A pré-banca consiste numa avaliação de caráter instrutivo, na qual os alunos apresentam uma parte do TCC. O objetivo é dar indicações sobre o processo de pesquisa e produção, identificando problemas e, se necessário, reorientando a proposta. A pré-banca acontece no meio do semestre letivo, para que o aluno incorpore as contribuições dos examinadores. Ela não é uma defesa pública, devendo estar presente, apenas, o(s) concluinte(s), os orientadores e um examinador da instituição (O coordenador do TCC também pode estar presente na qualidade de ouvinte).

2. Banca examinadora: A banca examinadora é composta pelo professor orientador, um examinador externo e um examinador interno. A defesa é de caráter público, podendo ser assistida por qualquer aluno do curso ou por convidados do graduando. A deliberação do resultado acontece em sessão privada entre os membros da banca, que devem decidir pela aprovação ou reprovação do aluno, e a nota.

3. Documentos para homologação: Os concluintes deverão apresentar três cópias dos TCCs. Para trabalhos experimentais, devem ser disponibilizadas três cópias do produto, juntamente com três cópias do memorial. É de responsabilidade dos graduandos distribuir as cópias dos TCCs entre os membros da banca, em tempo hábil (no mínimo dez dias) para sua leitura e reflexão.

4. Infraestrutura: Os alunos concluintes poderão utilizar os laboratórios de áudio, vídeo, fotografia e informática, bem como as ilhas de edição para a execução do TCC, desde que haja um agendamento prévio com o apoio técnico da UNIJORGE. Os técnicos do Laboratório de Comunicação também poderão dar suporte à produção e edição das peças videográficas e radiofônicas, com acompanhamento interno e externo de gravações, mediante agendamento prévio intermediado pelos professores orientadores.

ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Em conformidade com o Art. 1º da RESOLUÇÃO CNE/CES N°492/2001, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda as atividades complementares são definidas como:

De acordo com o regulamento próprio, de Atividades Complementares do Curso de Publicidade e Propaganda, são práticas acadêmico-científico-culturais apresentadas sob múltiplos formatos, contudo, não se confundem com a prática do Estágio Supervisionado ou com a do Trabalho de Curso. Portanto, consistem em atividades extracurriculares realizadas pelos discentes após ingresso no curso de graduação em Publicidade e Propaganda, em caráter complementar à sua formação que guardem pertinência temática com o curso, contribuindo para uma formação interdisciplinar, de iniciação à investigação e extensão socialmente contextualizada.

As Atividades Complementares objetivam essencialmente:

- i. enriquecer o processo ensino-aprendizagem;
- ii. ampliar os horizontes do conhecimento, bem como de sua prática, para além território educativo clássico.
- iii. abrir perspectivas do aluno nos contextos socioeconômico, técnico e cultural da área profissional escolhida;
- iv. ampliar, essencialmente, o conhecimento teórico/prático discente com atividades extraclasse;
- v. incentivar a tomada de iniciativa e o espírito empreendedor nos alunos.

O objetivo das atividades complementares é diversificar e enriquecer a formação acadêmica oferecida na graduação, através da participação do corpo discente em tipos variados de eventos.

É importante destacar que a realização das atividades complementares depende exclusivamente da iniciativa e da dinamicidade de cada aluno, que deve buscar as atividades que mais lhe interessam para delas participar. Entretanto, em conformidade com o Art. 2º do Regulamento de Atividades Complementares, os discentes do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJORGE deverão integralizar durante a graduação 120 horas de Atividades Complementares no mínimo.

As Atividades Complementares do curso de Publicidade e Propaganda da UNIJORGE são classificadas em cinco grupos:

- i. ensino: serão computadas as atividades realizadas sob orientação ou coordenação de profissional que implique na ação discente como interlocutor na construção de conhecimento, como por exemplo, monitoria;
- ii. investigação: serão computadas as atividades realizadas sob orientação ou coordenação de profissional que implique na ação discente de construção ou consolidação de seu próprio conhecimento, como por exemplo, a iniciação científica e a participação em grupo de estudos;
- iii. extensão: serão computadas as atividades realizadas pelos discentes cujas ações caracterizem-se pela intervenção profissional em sua formação, exemplo: participação em Seminários, Congressos, Fóruns, Colóquios;
- iv. prática de extensão: serão computadas as atividades práticas de extensão realizadas sob orientação acadêmica, a exemplo: voluntariado;
- v. representação estudantil e atividades complementares aproveitadas por outra IES: serão computadas as atividades de representação política dos interesses estudantis dos discentes eleitos pelos interessados, bem como aquelas que tenham sido convalidadas por outra IES durante a graduação em Publicidade e Propaganda.

A entrega dos documentos comprobatórios deve ser feita na Central de Atendimento através de requerimento eletrônico.

SISTEMA DE AVALIAÇÃO

O Curso seguirá as orientações institucionais, não apenas no que tange ao calendário de avaliações regulares, mas também no que se refere ao processo de avaliação ensino-aprendizagem. Sendo assim, adota as seguintes etapas:

- a) AV1: Constitui uma atividade individual, com atribuição de nota de zero a dez e peso 1,0. Neste ato avaliativo, espera-se que o aluno resolva situação problema associando-a aos aspectos teóricos, bem como demonstre habilidades desenvolvidas nas intervenções realizadas em aulas e outros espaços de aprendizagens. Compreendendo a função de avaliar para intervir, como ato constante

da prática educativa de acompanhar e retomar o processo de construção dos saberes, o professor preenche formulário de resultados com a intenção de constatar o nível de conhecimento adquirido e habilidades desenvolvidas. Esse diagnóstico é visualizado pela análise das respostas em percentagem de erros e acertos e no gráfico. O referido formulário o qual indica as dificuldades encontradas pelos alunos na resolução das questões, através dos gráficos que apresentam o percentual de erros e acertos, constitui-se em importante indicador para que o NDE possa propor ações de regulação da aprendizagem e acompanhar o crescimento do aluno no curso;

- b) AV2: Segue os mesmos procedimentos apresentados na Av1, porém com o conteúdo do semestre;
- c) AV3: Compõe o processo da avaliação formativa e processual, com atribuição de nota de zero a dez e peso 1,0. Trata-se de todas as atividades avaliativas realizadas ao longo do semestre, as quais tem o objetivo de desenvolver habilidades previstas nas diretrizes curriculares do curso e conseqüentemente no projeto pedagógico e de forma mais específica no plano de ensino da disciplina. As atividades avaliativas promovem investigação, interdisciplinariedade, incentivo a novas formas de expressão e construção do aprendizado, respeito à diversidade, trabalho em equipe, interlocução entre o conteúdo e a prática profissional, além da socialização dos aprendizados e descobertas com a comunidade acadêmica apresentados na Mostra de Projetos;
- d) AV4: Avaliação Substitutiva - Para ser aprovado no semestre, o aluno precisará ter média igual ou superior a 6,0 (seis), considerando as três primeiras avaliações (AV1, AV2, AV3). Caso contrário, terá que se submeter à avaliação substitutiva. Nesse caso, o aluno deve atingir nota igual ou superior a 5,0 (cinco) para ser aprovado. Para ter direito à realização da AV4, o aluno deverá obter média igual ou superior a 3,0 (três).

NÚCLEOS DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Com o intuito de criar instrumentos adequados e diversificados para viabilizar a complementação da formação dispensada por seus cursos de graduação, a instituição definiu e implementou um conjunto de Núcleos de Formação Profissional.

Abrangendo as diferentes áreas de conhecimento e de atuação profissional, esses Núcleos oferecem aos estudantes um eficiente mecanismo de aprimoramento profissional e exercício da cidadania, uma vez que este é um conjunto de atividades de forte interação com a comunidade.

O curso dispõe de quatro projetos de formação profissional, a saber:

Núcleo Audiovisual

Núcleo de Práticas Audiovisuais e Comunicacionais da UNIJORGE atua como uma produtora de conteúdo audiovisual e visa a integração dos alunos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Cinema e Audiovisual e Design por meio de atividades práticas, com o desenvolvimento de demandas de produção de vídeo (reportagens, séries especiais, webséries, documentários), fotografia e cobertura de eventos. Tais atividades estão alinhadas com as habilidades aprendidas nas disciplinas práticas dos quatro cursos.

Diante das transformações ocorridas no ambiente institucional da UNIJORGE, e com as grandes mudanças ocorridas nas rotinas produtivas das áreas de Comunicação por causa da presença da internet em quase todas as atividades, o NÚCLEO busca ser o lugar de confluência das mídias, gerando conteúdos multiplataformas, aumentando sua presença nas ambiências digitais, exercitando seu caráter criativo e de produção com o objetivo de experimentar linguagens e formatos para os mais diversos meios.

Além de conteúdos produzidos para a própria UNIJORGE, para que os alunos vivenciem uma simulação de como funciona o mercado de trabalho, o NÚCLEO busca também firmar parcerias externas, por meio da Coordenação do curso, proporcionando a experiência de produzir conteúdo para empresas/instituições como a IEL/FIEB (Instituto Evaldo Lodi da Federação das Indústrias do Estado da Bahia), PMI Bahia (Project Management Institute), UNAIDS (Programa Conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS), GAPA Bahia (Grupo de Apoio à Preservação à AIDS da Bahia), Janela do Mundo e QRPoint.

Desde 2016, o NÚCLEO passou a produzir conteúdo próprio, com finalidade educativa e cultural, a fim de promover engajamento e comprometimento do aluno no processo criativo e de produção. Alguns deles são: o “Papo Claquete”, que trata do universo dos filmes e séries; “Um de cada”, com dicas de literatura, filmes e músicas; “Mundo Contemporâneo”, uma web-série que discute temas importantes na Sociedade; “No Campus”, uma revista eletrônica que busca levar à comunidade acadêmica tudo o que acontece na UNIJORGE, com uma linguagem direta e divertida; “Rapidex”, um

boletim semanal com informações do mundo acadêmico; além de especiais, mini documentários e vídeos.

A cada ano, alunos são selecionados, por meio de edital, para fazer parte do Núcleo, que alia o experimentalismo e a autonomia no processo de produção às práticas pedagógicas e o conhecimento acadêmico.

Rádio JA

A Rádio JA – Rádio Universitária da UNIJORGE – tem o objetivo de inserir os alunos no universo radiofônico, utilizando o experimentalismo e a autonomia como principais características. A cada ano, de cinco a dez alunos são selecionados, por via de edital, para fazer parte do núcleo e passam a ser responsáveis pela concepção, produção, redação, locução/apresentação e edição de todos os conteúdos (matérias, programetes, spots e programas). Tais atividades estão alinhadas com as habilidades apreendidas nas disciplinas práticas dos quatro cursos.

Buscando uma construção de conteúdo diversa, criativa e atenta com o que acontece na UNIJORGE e também fora do ambiente acadêmico, o principal desafio tem sido a consolidação da grade de programação, que é composta por alguns programas, a saber: o “Sobrevoo”, um semanário de notícias nacionais e locais, que abarca ainda uma agenda cultural, que destaca os principais eventos (exposições, peças teatrais, feiras e shows) que estão acontecendo na cidade; o “Pod Debate”, programa de entrevistas que apresenta temas ligados à política, economia, religião, saúde, cultura e movimentos populares; o “Estação 7/4”, programa que traz temas atuais e divertidos sobre a sétima arte (cinema) e quarta arte (música); o “Largue o doce”, programa que está próximo da comunidade discente, ouvindo suas reclamações e anseios e propondo reflexões; além de outros conteúdos de formatos especiais, como esquetes, entrevistas e radiojornais.

Agência Galáxia

A Galáxia, Agência Experimental de Comunicação Integrada, é composta por discentes e docentes dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Cinema e Audiovisual e Design. Tem por missão gerar conhecimento prático para os discentes dos cursos, através da inserção dos mesmos no contexto de planejamento e execução de projetos de comunicação integrada. Dessa forma, é feito o atendimento a clientes internos (inerentes às demandas específicas de setores, docentes e discentes Unijorge) e externos (demandas abertas à comunidade em geral).

Tem por visão ser agência experimental de comunicação integrada, de referência, em Salvador/BA, composta por discentes da Unijorge, com oferta de serviços de comunicação de qualidade e excelência, através da construção de valores de integridade, comprometimento, criatividade, valorização humana, superação de resultados, inovação, dinamismo, responsabilidade social, visão integradora e proatividade.

Os selecionados a cada ano são alocados em funções fundamentais para o funcionamento de uma agência, a saber: redator, diretor de arte, atendimento, produção e social media. A equipe é supervisionada por professores-coordenadores, que oferecem treinamento, coordenam a pauta, organizam a gestão burocrática e controlam a qualidade do material gerado pelo núcleo.

A Galáxia firmou, em 2017.2, projeto de parceria com o Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB), tendo em vista a busca pela aproximação com o mercado. O objetivo da iniciativa é proporcionar aos estagiários da Galáxia a experiência de acompanhar a rotina e funcionamento de um veículo de comunicação e possibilitar que os alunos participem da concepção e criação de campanhas pré-definidas e de conteúdos audiovisuais em comum acordo entre a Unijorge e o Irdeb. O Núcleo Audiovisual e Rádio JA também são parceiros nessa iniciativa. Em 2019, a agência criou a campanha de divulgação dos 40 anos do bloco afro

Malê Debalê, um dos mais representativos grupos do carnaval baiano. As peças foram inspiradas por releituras de canções do álbum de Revafela lançado em 1977 por Gilberto Gil, homenageado pelo bloco naquele ano.

Em 2021 e 2022, a Galáxia criou e executou a campanha de divulgação do NASA Space Apps Salvador, evento organizado mundialmente pela agência espacial estadunidense em formato de hackaton onde equipes propõem soluções para desafios de questões complexas do espaço e do planeta Terra. As edições de Salvador do evento são destaque internacional pela forte presença digital no Instagram gerenciado pela equipe. A edição 2022 foi realizada na Unijorge e teve cobertura do Núcleo Audiovisual e da Rádio JA.

O mais novo cliente da Galáxia é o Núcleo Amado, projeto institucional da Unijorge de inclusão e oferta de serviços à população LGBTQIA+. A agência é responsável pelas ações de divulgação do projeto, produção de conteúdo e gestão dos perfis do Instagram.

Carranca Núcleo Criativo

O Núcleo Carranca busca unir pesquisa e prática relacionadas à criação e experimentação de modelos e formatos midiáticos inovadores, funcionando como uma espécie de laboratório comunicacional: por um lado, busca-se, por meio da pesquisa, identificar possíveis modelos e formatos novos; por outro, prototipa-se produtos com base na pesquisa, seja emulando-os, seja unindo dois ou mais formatos, criando, eventualmente, um terceiro produto – um experimento. Nesse sentido, é importante que a Carranca esteja em consonância e trabalhe em alinhamento com outros núcleos – Galáxia, Rádio JA e o Núcleo Audiovisual –, por meio dos quais um produto criado na Carranca poderia ser testado, posto em funcionamento, avaliado, experimentado.

Considerando o fato de que nenhuma inovação existe sem uma tradição que a preceda, a Carranca também propõe um trabalho de pesquisa histórica, uma 'genealogia das novidades', por assim dizer; não basta testar um novo modelo, mas compreender como

este modelo se coloca na tradição preexistente, com quais outros modelos dialoga, que formatos e gêneros nega e/ou se apropria. Com o objetivo de realizar experimentos no âmbito da Comunicação, a Carranca coloca-se num entrelugar, num ponto de contato no qual é possível trabalhar sincronicamente teoria e prática, pesquisa e mercado, estudo e criação.

O núcleo atua como facilitador para que os alunos, de forma coletiva e multidisciplinar, encontrem soluções que os auxiliem no mercado da economia criativa – um conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural, que tem na criatividade o principal motor para geração de valor econômico.

Para que os alunos tenham acesso a esse tipo de mercado, a metodologia do núcleo pressupõe o entendimento de que qualquer pessoa tem potencial criativo para ser inovador dentro de um ambiente que promova a liberdade de expressão e a ludicidade na produção de ideais.

Em parceria com a Iniciação Científica em Análise Fílmica, o núcleo realiza o Cine Carranca. Em formato de cineclube e realizado mensalmente, a ação é uma oportunidade de acesso e discussão da produção audiovisual brasileira e internacional, espaço de troca de ideias e conversação sobre inovação e inventividade.

Todos os anos, sob a supervisão de um professor coordenador, é aberto um edital para selecionar uma equipe de monitores para desenvolver atividades que capacitem os alunos dos cursos de Comunicação da UNIJORGE a atuar no mercado da economia criativa.

METODOLOGIAS DE ENSINO

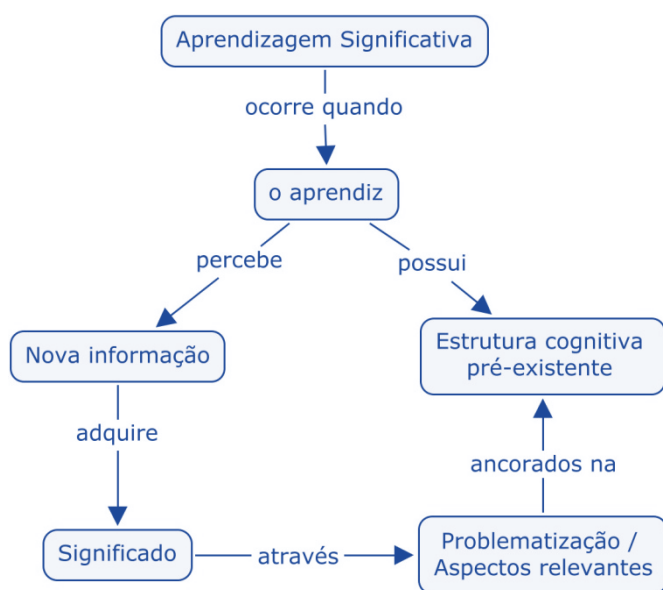
A UNIJORGE reconhece a necessidade de promover, contínua e progressivamente, a autonomia do estudante e elege a abordagem pedagógica humanista, o sociocognitivismo e o **trabalho colaborativo** para a construção do conhecimento, como pressupostos educativos que subsidiam e definem os processos de ensinar e aprender.

A UNIJORGE associou a experiência técnico-pedagógica de seus fundadores com a continuidade de seus atuais líderes educacionais e optou, como princípio epistemológico de suas diretrizes pedagógicas institucionais, pela conciliação de princípios filosóficos, teóricos e metodológicos contemporâneos pautados, principalmente, na *Teoria da Aprendizagem Significativa*, que tem seu foco na problematização do processo de ensino-aprendizagem e que considera a experiência de vida de cada estudante como ponto

de partida para a aprendizagem (AUSUBEL, 2000¹; MOREIRA, 2006²; PELIZZARI et. al., 2002³).

Assim, a aprendizagem é pautada nos princípios do cognitivismo de Ausubel (1980⁴, p. 5) que privilegia a aprendizagem significativa assimilada pela recepção e/ou descoberta do conhecimento.

Representação visual do processo de aprendizagem:



Mapa conceitual síntese do processo de aprendizagem significativa.

Fonte: elaboração própria, 2011.

A ideia do problema como mobilizador da necessidade da aprendizagem está pautada na premissa de que na **metodologia da problematização** o estudante se vê frente a um desafio, a um problema relacionado à vida em sociedade, que se converte em

¹ AUSUBEL, D. *Aquisição e retenção de conhecimentos: uma perspectiva cognitiva*. Lisboa: Paralelo, 2000.

² MOREIRA, M. A. *A teoria da aprendizagem significativa e sua implementação na sala de aula*. Brasília: EdUNB, 2006.

³ PELIZZARI, A. et. al. Teoria da aprendizagem significativa segundo Ausubel. *Revista Psicologia, Educação e Cultura*, Curitiba, v.2, n.1, p.37-42, jul. 2001-jul. 2002.

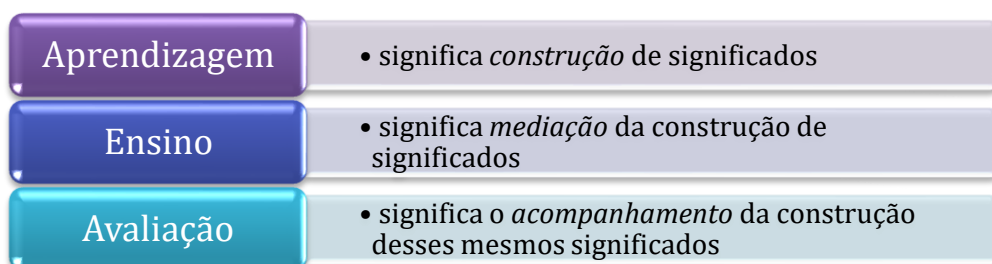
⁴ AUSUBEL, D. *Psicologia educacional*. Rio de Janeiro: Interamericana, 1980.

problema de conhecimento. Cria-se a necessidade de construir, investigar, mobilizando o desejo do outro para a aprendizagem. A existência de um problema socialmente relevante mobiliza cognitivamente o sujeito para a construção de soluções.

A existência do desafio coloca o estudante no lugar de sujeito, já que a solução de problemas possibilita a participação ativa, desfocando a função de transmissão mecânica e atribuindo um papel dialógico aos atores do processo. É imperiosa a necessidade de haver uma associação entre teoria e prática que consiga proporcionar novos desafios para o conhecimento significativo. A abordagem da **problematização** foi eleita numa tentativa de superar a aprendizagem mecânica e exigir dos estudantes aprendizados com significados mais complexos das relações que constituem a situação problemática (MORETTO, 2009⁵). Afinal, a cada dia a sociedade exige mais qualificação técnica para aumentar as possibilidades de empregabilidade, associada à consciência da necessidade de fortalecimento da cidadania e seus reflexos para o desenvolvimento social.

Deste modo, na medida em que o estudante consegue transformar-se em construtor de significados no seu processo educativo, mediado por docentes que favoreçam esse espaço e que consideram as experiências de vida do estudante, ele insere-se num universo simbólico de acomodação do conhecimento (PIAGET, 2002⁶).

Partindo da Teoria da Aprendizagem Significativa a UNIJORGE adotou os seguintes pilares para desenvolvimento do seu PPI:



⁵ MORETTO, V. P. *Planejamento: planejando a educação para o desenvolvimento de competências*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

⁶ PIAGET, J. *A construção do real na criança*. São Paulo: Ática, 2002.

Em se tratando de EAD, são aplicados os mesmos princípios, destacando-se:

- a) A composição dos cursos, que conta com conteúdos produzidos e estruturados de forma a conduzir o estudante ao desenvolvimento de sua autonomia, de modo que, mesmo lhe sendo apresentada uma linha de raciocínio para que o mesmo desenvolva seu curso, ele pode construir outro percurso de aprendizagem que lhe for mais apropriado. Esta autonomia se estabelece, também, no momento em que o estudante pode escolher o melhor horário e espaço de tempo para seus estudos e para a realização de atividades.
- b) O aprendizado herdado pelos estudantes, a partir de conhecimentos anteriores, os quais são trazidos à tona a partir da exposição dos conteúdos e da realização de tarefas.
- c) A problematização, que é uma constante na composição das atividades desenvolvidas ao longo dos cursos, e é uma das técnicas utilizadas pelo corpo docente, no intuito de trabalhar a construção do conhecimento junto ao corpo discente, durante o processo de mediação.

Pretende-se, portanto, que o egresso da UNIJORGE não tenha apenas as respostas ou resultados das situações apresentadas em sala de aula, mas, **sobretudo**, que saiba **lidar** com cenários diversos e tenha criatividade para construir procedimentos e participar dos processos decisórios.

LABORATÓRIOS

O Centro Universitário Jorge Amado, na Paralela, conta com mais de 20 laboratórios de informática distribuídos nos dois prédios, para atendimento das necessidades dos diferentes cursos da instituição, bem como para uso dos integrantes de seu corpo social. Os equipamentos possuem softwares correspondentes às necessidades dos alunos nas diferentes disciplinas, além de acesso à internet.

Os laboratórios de informática possuem monitores à disposição dos alunos e professores em aula ou não, e a manutenção preventiva é feita na própria instituição, pelo setor responsável.

Os alunos dispõem de login e senha para acesso aos programas instalados e à internet, recebidos no ato da matrícula, e têm à sua disposição 10 Mb de espaço em disco para armazenar seus arquivos. Cada laboratório de informática de uso geral tem uma impressora instalada (A4 e A3), e cada aluno tem direito a uma cota semestral de impressão de 100 páginas, com papel e tonner fornecidos pela Instituição.

Os alunos podem realizar os seguintes procedimentos nos laboratórios de informática: trabalhos acadêmicos; acesso a webmail pessoal; acesso a listas discussão, fóruns e debates com propósitos acadêmicos; acesso aos projetos de ensino e textos das disciplinas; acesso ao acervo da biblioteca; e, ainda, consulta a informações acadêmicas pessoais.

A manutenção dos computadores dos laboratórios é baseada nas informações passadas pelos monitores do laboratório. Em cada turno (manhã, tarde e noite) é enviado um e-mail para a equipe de suporte citando eventuais anomalias encontradas nas máquinas. De posse desse relatório, a equipe vai a campo solucionar os problemas. Os casos mais simples são resolvidos no local; outros, mais críticos, necessitam que o equipamento seja removido e encaminhado para a sala da manutenção. Nesse espaço existem algumas máquinas de backup, onde é feita a substituição temporária para aquelas que venham a permanecer por um tempo maior no conserto.

Além dos laboratórios utilizados pelo discente, a Instituição também possui laboratórios para a prática da atividade docente. Estes podem ser utilizados por diferentes cursos, desde que haja manifestação de demanda do professor.

Os laboratórios atendem de maneira excelente, considerando os aspectos: quantidade de equipamentos relativa ao número de usuários, velocidade de acesso à internet, política de atualização de equipamentos, softwares e adequação do espaço físico. As salas de aula e a área de convivência dispõem de wi-fi disponível a todos os alunos e colaboradores.

Com o objetivo de atender a todas as demandas acadêmicas, a Reitoria da UNIJORGE designa gerentes e supervisores a se reunirem periodicamente com a

coordenação e professores do curso de Publicidade e Propaganda para levantamento das necessidades de equipamento e insumos, assim como definição da distribuição de aulas e marcação das atividades interdisciplinares, de pesquisa e de extensão.

Os laboratórios de informática, fotografia, áudio e vídeo contam com assistentes administrativos, técnicos e monitores que acompanham as atividades realizadas nestes espaços durante todo o horário de funcionamento.

A estrutura de laboratórios das UNIJORGE prioriza as atividades acadêmicas, mas atende a projetos especiais dos docentes e discentes dentro de sua capacidade técnica e de materiais e com a aprovação das direções dos cursos de Comunicação Social e Design.

LABORATÓRIO DE REDAÇÃO E PRODUÇÃO GRÁFICA

O curso de Comunicação Social conta com uma estrutura de laboratórios de informática instalada nos prédios 1 e 2 para desenvolvimento das atividades de redação e produção gráfica. Todas as aulas práticas são agendadas pela coordenação do curso com o supervisor dos laboratórios no início de cada semestre. Havendo alguma necessidade especial no decorrer do semestre, o professor solicita agendamento de laboratório de acordo com número de alunos e softwares a serem utilizados. Os laboratórios estão classificados da seguinte forma:

- i. Laboratórios de uso exclusivo: laboratórios de plataforma PC e Apple utilizados pelos cursos de Comunicação Social, Design e Tecnológicos. Quando não há agendamento de aula, podem ser utilizados apenas por alunos dos referidos cursos.
- ii. Laboratórios de uso compartilhado: laboratórios de plataforma PC compartilhados entre os cursos da Instituição. As atividades do curso de comunicação social ocorrem apenas com acompanhamento de docentes.
- iii. Laboratórios de uso geral – não acontecem aulas. São laboratórios disponíveis aos alunos durante todo o horário de atendimento da Instituição.

Os laboratórios de informática atendem das 7h30 às 22h30, de segunda a sexta, e das 8h às 17h, aos sábados. A supervisão dos laboratórios disponibiliza monitores para acompanhamento das atividades realizadas em todos os laboratórios. Nos laboratórios de uso geral não acontecem aulas, ficando estes disponíveis para todas as atividades do corpo discente durante os turnos matutino, vespertino e noturno.

LABORATÓRIO DE FOTOGRAFIA

A UNIJORGE possui laboratório de revelação e ampliação, estúdio fotográfico e máquinas e acessórios para utilização de alunos e professores dos cursos de Comunicação Social, Design e Tecnológicos. Todas as aulas práticas são agendadas pela Coordenação do Curso com o supervisor dos laboratórios no início de cada semestre. Havendo alguma necessidade especial no decorrer do semestre, o professor solicita o uso dos equipamentos, estúdio ou laboratório de acordo com número de alunos e a atividade a ser realizada. Os laboratórios estão abertos para realização de trabalhos, atividades complementares ou de extensão mediante o agendamento das atividades com o pessoal técnico.

O laboratório e estúdio de fotografia atendem das 7h30 às 22h30, de segunda a sexta, e das 8h às 12h, aos sábados. As atividades são acompanhadas pelos monitores e pessoal técnico. Os serviços realizados pelo laboratório são os seguintes:

- Preparação do estúdio e acompanhamento de atividades acadêmicas
- Preparação de material para exposições fotográficas
- Acompanhamento de saídas técnicas
- Suporte a Trabalhos de Conclusão de Curso
- Arquivamento do material produzido por alunos e professores

No estúdio, acontecem as produções de imagens de temas variados para as disciplinas utilizando todos os recursos disponíveis como: iluminação, câmeras digitais e médios formatos com os quais os alunos vivenciam as experiências de um estúdio profissional.

LABORATÓRIOS DE PRODUÇÃO RADIOFÔNICA, VIDEOGRÁFICA E TELEVISIVA

As instalações dos estúdios e ilhas de edição para conteúdo radiofônico, videográfico e/ou televisivo estão localizadas no prédio 2, no Laboratório de Comunicação (LABCOM). O laboratório atende aos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Produção Audiovisual e Cinema e Audiovisual. Todas as aulas práticas são agendadas pela Coordenação do Curso e o professor responsável com o supervisor dos laboratórios no início de cada semestre. Havendo alguma necessidade especial no decorrer do semestre, o professor solicita agendamento das instalações e equipamentos necessários de acordo com número de alunos e atividade a ser realizada.

Os laboratórios estão abertos para realização de trabalhos de alunos, atividades complementares e de extensão fora dos horários das aulas mediante o agendamento das atividades com o pessoal técnico. A liberação dos equipamentos para captação externa por alunos se dá através de uma ficha de autorização preenchida pelo técnico responsável e firmada seja pela Coordenação do Curso ou por algum professor responsável.