



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

**QUEM ENSINA QUEM? MUDARAM AS REGRAS DO PROCESSO ENSINO-APRENDIZAGEM
(UMA REFLEXÃO SOBRE O ENSINO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA)¹**

**Elizabeth Moraes Gonçalves e Adriana Azevedo
Faculdade Editora Nacional FAENAC e
Universidade Metodista de São Paulo - UMESP.**

RESUMO:

O presente artigo procura levar à reflexão sobre os papéis dos atores envolvidos no processo ensino-aprendizagem, no contexto da evolução tecnológica. A informação disponibilizada e acessível coloca o professor em uma função de gerenciar esta informação e transformá-la em conhecimento. Ensinar a aprender, aprender ensinando e aprender a aprender são os novos lemas dos projetos pedagógicos dos cursos mais modernos, sobretudo na área de comunicação. Tal reflexão proposta fundamenta-se em uma revisão bibliográfica da área educacional, assim como na análise de projetos pedagógicos de cursos de comunicação social e em relatos de experiências que procuram aproximar teoria e prática em desenvolvimento de projetos integrados entre disciplinas e até entre diferentes cursos da área de comunicação.

1 Trabalho apresentado no NP03 – Núcleo de Pesquisa Publicidade, Propaganda e Marketing, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTRODUÇÃO:

A evolução tecnológica, cada vez mais acentuada, invade a escola e impõe um novo ritmo de trabalho. O aluno “que não sabia nada” e buscava na escola suas informações, hoje tem a informação disponibilizada na internet, além dos outros meios de comunicação; o professor que era o detentor do “conhecimento pronto” e um reproduzidor da “educação bancária” conforme definiu Paulo Freire, hoje repensa sua postura e passa a gerenciar as informações e a ajudar o aluno a transformá-las em conhecimento; a instituição de ensino que era o “templo do saber”, hoje é um dos locais de intercâmbio de saberes. Desta forma, ensino e pesquisa aproximam-se: o professor pesquisa para ensinar e enquanto pesquisa e ensina, aprende; o aluno aprende a buscar as informações necessárias para o conhecimento que visa construir, e, nesta busca, traz elementos novos, colaborando com os colegas e com o próprio professor. Assumir novos papéis, contudo, não é uma experiência tão tranquila:

“... o professor comparece com conhecimento tão respeitável que merece ser copiado! É difícil para ele aceitar que está no mesmo barco que o aluno, nadando nas mesmas águas de dúvidas. Aprender não é manejar certezas, mas trabalhar com inteligência as incertezas” (Demo, 2000^a, p.11).

Só com muita segurança sobre o seu papel na relação ensino-aprendizagem é que o professor pode navegar com seu aluno e colocar-se à disposição para aprender com ele e ao mesmo tempo tornar-se um facilitador do processo e um gestor do conhecimento.

Esta concepção educacional tem orientado e servido de base para a construção de projetos pedagógicos, principalmente na área de comunicação social, na qual o encontro entre teoria e prática tem sido um requisito constante. Reflete-se sobre a aprendizagem significativa, ou seja, só se aprende o que se constrói como conhecimento, não se trata de uma visão pragmática da educação no sentido do “pra que serve”, mas no sentido de que cada informação deve fazer parte de um todo e estar articulada com as demais, em uma visão holística, não apenas da educação, mas do homem e do mundo.



Atividades centradas no aluno

O desafio de colocar em prática uma nova metodologia no desenvolvimento do processo ensino-aprendizagem nos cursos de comunicação social nos impulsiona a assumir novas posturas coletivas e projetos comuns de ação integradora, de maneira que alunos e professores possam ter uma visão de conjunto das disciplinas no semestre, dos semestres no curso e até dos cursos entre si. Tal exercício centra-se no aluno e não no conteúdo e exige mudanças de atitudes não só do professor e do aluno, mas também dos administradores que se inserem no processo e viabilizam as ações, reconhecendo-as como significativas para a tarefa a que a instituição se propõe.

Projetos interdisciplinares ou integrados não são propostas inéditas nem inovadoras na educação; o próprio Ministério da Educação avalia os cursos de graduação, considerando como um dos quesitos a existência de tais propostas. Porém, na maioria das vezes estes projetos não passam de intenções e quando acontecem não ultrapassam os limites da temática única a ser desenvolvida pelas várias disciplinas de forma fragmentada. Integrar de fato exige investimento, tempo e comprometimento: só a equipe coesa e comprometida pode ir além da “aula” e enfrentar o desafio de buscar o novo juntamente com o aluno. Assim, a prática do professor altera-se significativamente, pois, exige-se dele não apenas o conhecimento sólido do conteúdo da área na qual é especialista, mas um repensar da sua visão de educação, de homem e de mundo e uma nova postura na sua ação pedagógica em sala de aula, partilhando com os conteúdos das demais disciplinas um lugar de colaboração e não de projeção.

Este fazer algo novo em conjunto e não com a soma dos conhecimentos isolados recebe a denominação de **Ação Transdisciplinar**, ou seja, transformação dos elementos retirados das várias contribuições disciplinares para a formação de um elemento novo, de um conhecimento inovador.

“... é o clamor do cientista perdido em sua competência isolada, ao reconhecer que nada pode ser estudado de modo isolado. A especialização continua necessária, mas é fundamental perceber o quanto é profunda e míope, ao mesmo tempo. Para contornar



isso, será melhor trabalhar em equipe, somando competências. Não é fácil, porque não se trata de soma, mas de outra maneira de tecer, a muitas mãos, o mesmo discurso” (Demo 2000^a, p.147).

Avalia-se, desta forma, que as ações transdisciplinares representam, na universidade, uma tentativa concreta da superação da visão fragmentária dos objetos e dos acontecimentos para se alcançar a construção do conhecimento da totalidade das coisas por meio do intercâmbio entre os diversos conhecimentos. Assim:

“A pedagogia que precisamos deve ter condições de corrigir a enorme deformação efetuada a partir do século XIX e que se agrava a cada dia que passa: a intelectualização levada ao extremo. (...) Procura-se uma educação que dê mais ênfase ao processo de ensino do que ao conteúdo. (...) Os alunos e professores são parceiros no processo de ensino e aprendizagem, e o professor é levado a atuar como facilitador desse processo, se propondo também a aprender com seus alunos” (Tavares, 1993, p.125).

Experiência Transdisciplinar em cursos de publicidade e propaganda

Na área de comunicação social um grande desafio tem sido vencer as barreiras da disciplinaridade, pautada por um ensino tradicional cujo foco do processo ensino-aprendizagem estava centrado na figura do professor e no conhecimento por ele transmitido como produto acabado. Trata-se, portanto, de se implantar uma nova forma de construção do conhecimento, de relacionamento entre os atores envolvidos no processo educacional como uma alternativa eficiente para se chegar a uma visão holística da educação, aproximando teoria e prática: “(...) antes de ser uma competência didática precisa, ligada a conteúdos específicos, envolver os alunos em atividades de pesquisa e em projetos de conhecimento passa por uma capacidade fundamental do professor: tornar acessível e desejável sua própria relação com o saber e com a pesquisa, encarnar um modelo plausível de aprendiz” (Perrenoud, 2000, p.36).

Por se tratar de uma nova e revolucionária postura metodológica, desenvolver tais projetos exige um perfil inovador de comprometimento com a educação e a cultura brasileira, não apenas do corpo docente, mas da instituição que deve demonstrar

1 Trabalho apresentado no NP03 – Núcleo de Pesquisa Publicidade, Propaganda e Marketing, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



receptividade para o desenvolvimento de tais ações desafiadoras. Professores, alunos e instituição são levados a construir uma metodologia capaz de operacionalizar a pesquisa científica desde o primeiro semestre dos cursos, numa nova dinâmica educacional. “Será mister construir instituição a partir da sala de aula, tendo em vista a sociedade do conhecimento, para fazer da escola centro da mudança. Sua função principal será **reorganizar a aprendizagem**: o que é aprender, quem é capaz de aprender, e qual a responsabilidade dos professores em criar aprendizagem” (Demo, 2000b, p.118).

Neste processo, busca-se o desenvolvimento, no aluno, além da consciência crítica da própria atividade profissional, uma visão acadêmico-científica da realidade, tornando-o um agente potencial de mudança e transformação social. Tal ação só se realiza com o planejamento e execução de projetos de pesquisa como instrumentos viabilizadores das ações transdisciplinares, que desencadeiam em uma visão holística do profissional e de sua área de atuação mercadológica, ou seja, o comunicador-cidadão.

“O conhecimento só se legitima como mediação para o homem bem conduzir sua existência. Cabe-lhe o compromisso de evidenciar a intencionalidade de nossa existência, para orientá-la rumo a uma qualidade de vida que esteja à altura de nossa dignidade de pessoas humanas. É por isso que seu compromisso fundamental é com a construção da cidadania, entendida hoje como a única forma decente de sermos plenamente humanos” (Severino, 2001, p.51).

Não pretendemos formar apenas um profissional que domine a técnica, mas um profissional que se diferencie pela sua capacidade de ler e analisar o cenário, os fatores e os condicionantes de situações favoráveis ou adversas, compreender com base numa profunda formação humanística, os fenômenos sociais e o comportamento humano. Não pensamos num profissional apenas bem informado, mas em alguém que transforme a informação, que a manuseie com destreza e agilidade, transformando-a em conhecimento.

Cabe a este profissional ter consciência crítica da realidade da qual participa e empregar seu conhecimento técnico para intervir e melhorar a qualidade de vida,



preservando o meio ambiente, a cultura, contribuindo para educar e orientar a população através de sua formação, de seus mecanismos profissionais, auxiliando em ações ligadas às causas sociais e acima de tudo à valorização do ser humano, independente do poder econômico, classe social, raça ou nível de escolaridade.

Trata-se, portanto, da formação de um profissional de comunicação que respeita os valores culturais, os princípios éticos e morais do ser humano, vislumbrando no consumidor um ser que não deve ser visto apenas como alguém que compra produtos, mas um igual, um semelhante que merece ser respeitado desde a qualidade do produto oferecido até o conteúdo e a forma das mensagens que se prestam a esse objetivo.

A TRANSDISCIPLINARIDADE

Enquanto a interdisciplinaridade pressupõe a junção de conhecimentos autônomos, prontos e resulta numa colagem dos elementos das diversas disciplinas, a transdisciplinaridade envolve a transformação dos elementos retirados das várias contribuições disciplinares, tornando o conhecimento um elemento novo, fruto da colaboração e não da junção entre as disciplinas. Resultados de distintas disciplinas são justapostas para se explicar fatos de alguma complexidade. Um passo além é a utilização de métodos de várias disciplinas na busca de explicações o que caracteriza a interdisciplinaridade. Porém, a percepção integral só se estabelece com a superação das disciplinas, mediante uma visão holística, o que caracteriza a transdisciplinaridade. (D'Ambrosio, 1999, p.113)

O objetivo de ações transdisciplinares se constitui em uma tentativa de superar uma visão fragmentária dos objetos e dos acontecimentos, de construir conhecimento da totalidade das coisas e de permitir um intercâmbio entre os diversos conhecimentos. “A transdisciplinaridade parte do reconhecimento que a atual proliferação das disciplinas e especialidades acadêmicas e não-acadêmicas



tem conduzido a um crescimento incontestável do poder associado a detentores desse conhecimento fragmentado” (D’Ambrósio, 1999, p.113).

Tentativas e ações interdisciplinares ou transdisciplinares não são recentes, porém sua prática efetiva tem sido um desafio constante, a nós educadores, que acreditamos ser vital à educação (principalmente nos cursos de comunicação) a construção de um espírito investigatório em nossos educandos, baseados no hábito do debate e da pesquisa científica, viabilizando desta forma, uma visão mais holística da sociedade e do universo.

Conforme Capra (1997) a transformação do universo envolvendo, tanto fatores culturais, quanto sociais e econômicos, leva-nos, ao rever as concepções existentes, a retomarmos um passado místico e espiritual, pois, passamos a encarar o ser humano, não mais como uma máquina dividida em partes, mas como um sistema, cujos componentes funcionam de maneira integrada e harmoniosa no sentido de atingir um equilíbrio dinâmico através da interação corpo/mente. Ao compreendermos o ser humano nas dimensões trabalhadas por Capra, e ao vivenciarmos uma prática pedagógica em cursos de nível superior sentimo-nos desafiados a agir, tanto na base teórico/conceitual do curso (projeto pedagógico) quanto na proposição de ações educativas que superem essa visão fragmentada e avancem na construção holística do ser, na construção de uma nova pedagogia.

Outro elemento motivador da realização das ações transdisciplinares foi o de superar a dicotomia entre ensino e pesquisa, visando transformar a sala de aula dos cursos de Publicidade e Propaganda num local de desenvolvimento de pesquisa, visando, em parte, diminuir as distâncias entre a teoria e a prática.

AÇÃO TRANSDISCIPLINAR

O trabalho em equipe e por projetos, visando o desenvolvimento da autonomia e das responsabilidades caracteriza a organização do projeto de ação transdisciplinar, através do qual o aluno é levado à construção de novos dispositivos em novas situações de aprendizagem. Assim, “o ensino ganha significado novo quando propicia o prazer da



descoberta e a importância do conhecer, quando provoca a observação, mobiliza a curiosidade, move a busca de informações, esclarece dúvidas e orienta as ações, em suma, quando supre as necessidades vitais do discente” (Chizzotti, 2001, p.103).

Objetivos da ação transdisciplinar

A proposta de desenvolvimento de projetos de ações transdisciplinares é, fundamentalmente, introduzir a instituição no contexto dos estudos multirreferenciais de estratégias teóricas, técnicas e práticas de pesquisa e produção na área da Publicidade e Propaganda, incentivando a iniciação científica já no primeiro ano de graduação, através do desenvolvimento da pesquisa acadêmica.

A ação transdisciplinar revela-se, portanto, como uma maneira de se efetivar o desenvolvimento da integração das diferentes disciplinas do semestre, levando à construção de conhecimento teórico-prático dos conteúdos desenvolvidos na área da Comunicação Social. Procede-se, neste contexto de pesquisa, ao levantamento bibliográfico e documental do tema proposto, à análise e interpretação os dados obtidos na pesquisa, assim como à criação de produtos comunicacionais (revista, vídeos, home-pages, programas de rádio e televisão, entre outros), divulgando os resultados obtidos pelos pesquisadores, ou à criação de peças de propaganda a partir das temáticas pesquisadas. Estes objetivos podem ser alterados, de acordo com os conteúdos programáticos e os objetivos das diferentes disciplinas que devem participar do desenvolvimento do Projeto. Da forma como se apresentam, várias atividades são desenvolvidas além da pesquisa inicial.



Metodologia da Ação Transdisciplinar

Por entender o conhecimento a partir de uma perspectiva integrada e holística, os fundamentos, métodos e técnicas, na área da Publicidade e Propaganda não são fragmentados, mas interdependentes e interligados aos vários conteúdos do processo de desenvolvimento global da aprendizagem.

Neste trabalho de pesquisa, desenvolve-se uma abordagem multidisciplinar que consiste em abordar os problemas pesquisados, utilizando os conhecimentos construídos pelas disciplinas componentes do curriculum. Para a execução dos trabalhos, a classe é dividida em grupos de aproximadamente 8 (oito) alunos.

PARTICIPAÇÃO DAS DISCIPLINAS ENVOLVIDAS NO PROJETO

Um requisito básico para o desenvolvimento dos projetos de ação transdisciplinar é a organização curricular que deve propiciar o envolvimento e ação das disciplinas, tanto numa perspectiva horizontal (no semestre letivo), quanto vertical (na seqüência dos semestres). Assim, as disciplinas do semestre têm afinidades e podem participar conjuntamente de um mesmo projeto de pesquisa, colaborando com as suas especificidades na construção coletiva e o trabalho pode prever uma continuidade nos semestres subseqüentes.

Apresentamos abaixo um modelo de sistematização da participação de algumas disciplinas que comumente figuram nas grades curriculares dos primeiros semestres letivos dos cursos de publicidade e propaganda:

Metodologia da Pesquisa: esta disciplina orienta a organização geral do trabalho monográfico, ou seja, a estrutura da apresentação final dos resultados da pesquisa, além orientar especificamente o desenvolvimento do estudo do tema, atividade esta que contará com a participação de conteúdos de outras disciplinas. O estudo do tema refere-se à pesquisa bibliográfica e documental, envolvendo o contexto histórico, a inserção no mercado e os principais conceitos trabalhados na especificidade do curso. Trata-se de um conteúdo que deverá subsidiar a análise do corpus.

Códigos e Linguagem: esta disciplina se encarregará, primeiramente, da seleção do material a ser analisado (corpus), além de conduzir a análise da linguagem do material



selecionado e orientar a inserção de outros tópicos de análise a serem desenvolvidos por outras disciplinas.

Introdução à P.P.: esta disciplina deverá desenvolver os conceitos básicos da Publicidade e Propaganda, construindo um material, com a pesquisa dos alunos orientada pelo professor, que contribuirá para o estudo do tema e fortalecerá a análise do material.

Teorias da Comunicação: esta disciplina fortalecerá o estudo do tema, incorporando a este, reflexões sobre a importância da comunicação no contexto das transformações globais, sociais e tecnológicas e a relação entre os veículos no panorama global.

Estética e Comunicação: esta disciplina terá participação fundamental na análise do material selecionado, assim como acrescentará dados sobre os movimentos estéticos da época em que o material analisado situa-se, ou seja, poderá também contribuir no estudo do tema.

Sociologia: Os aspectos sociológicos e culturais pertinentes à época da produção do material analisado será a contribuição desta disciplina que fortalecerá o estudo do tema.

Pensamento Filosófico: Esta disciplina contextualizará a importância da visão filosófica das idéias que fundamentam a construção do estudo do tema.

Estudo do Consumidor: esta disciplina colaborará com o aprofundamento da análise, procurando delinear o perfil de prováveis anunciantes de revistas analisadas e do público alvo de peças selecionadas para o corpus do trabalho, utilizando as primeiras informações da pesquisa documental e bibliográfica como ponto de partida para esta análise, além, evidentemente, do conteúdo programático da disciplina.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existe a possibilidade de construção coletiva de um novo conhecimento, prático e teórico, mas é ação, e somente a ação transformadora que pode transformar e construir o novo.

É importante destacar que o exercício do diálogo entre os professores, realizado desde a elaboração do projeto, com produções próprias, com posturas do corpo docente,



enquanto profissionais educadores, deram pistas e indicadores de melhoria, nesta nova possibilidade de trabalho. O diálogo com os alunos, suas críticas e sugestões, igualmente, têm levado o grupo de professores a repensar a proposta a cada semestre, acrescentando novos elementos analíticos, retirando pontos identificados como dificultadores e inviabilizadores de um bom trabalho.

Outro elemento que merece destaque na construção e execução deste projeto é a prática da parceria, que consiste numa tentativa de incitar o diálogo com outras formas de conhecimento com as quais não estamos habituados, não se constitui num elemento de fácil trato, porém nos desafia a continuar. “Se isso fosse tão simples, os especialistas apresentariam pedagogias diferenciadas *prontas para uso*, acompanhadas de formações que concedessem exatamente as competências desejadas. Na realidade, o canteiro está aberto, tateia-se, nenhum dispositivo está, atualmente à altura dos problemas. No ponto em que estão a pesquisa e a inovação, as competências requeridas dos professores irão levá-los mais a contribuir para o esforço do desenvolvimento do que a aplicar modelos testados e aprovados” (Perrenoud, 2000, p.59).

Os professores, avaliando positivamente a experiência, passam a se consolidar institucionalmente como grupo de pesquisadores, o que pode significar um avanço para pesquisas posteriores.

Enquanto educadores, os professores devem ser parceiros, parceiros de outros educadores que entendem a educação como um mecanismo de melhoria da condição social dos educandos, parceiros dos teóricos que lêem, parceiros dos alunos; de alguma forma todos estarão sempre em parceria. A parceria seria, portanto, a possibilidade de consolidação da intersubjetividade, a possibilidade de um pensar que venha a se complementar no outro.

O sentido de uma ação transdisciplinar está exatamente na compreensão e na intencionalidade da efetivação de novas, melhores e mais consistentes parcerias. É, portanto, correto e coerente afirmar neste momento que o trabalho transdisciplinar é



fruto, muito mais, do encontro de indivíduos, parceiros com idéias e disposição para o trabalho, do que de disciplinas.

Desta forma, um projeto transdisciplinar alicerça-se em pressupostos epistemológicos e metodológicos que são sempre revisados. Caracteriza-se pela ousadia da busca, da pesquisa e da transformação. É um “canteiro em obras”.

Conforme afirma Paulo Freire:

Conhecer, na dimensão humana, (...) não é o ato através do qual um sujeito, transformado em objeto, recebe, dócil e passivamente, os conteúdos que outro lhe dá ou impõe.

O conhecimento, pelo contrário, exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação transformadora sobre a realidade. Demanda uma busca constante. Implica em invenção e reinvenção. Reclama a reflexão crítica de cada um sobre o ato mesmo de conhecer, pelo qual se reconhece conhecendo e, ao reconhecer-se assim, percebe o “como” de seu conhecer e os condicionamentos a que está submetido seu ato.

Conhecer é tarefa de sujeitos, não de objetos. E é como sujeito e somente enquanto sujeito, que o homem pode realmente conhecer.

Por isso mesmo é que, no processo de aprendizagem, só aprende verdadeiramente aquele que se apropria do aprendido, transformando-o em apreendido, com o que pode, por isso mesmo, reinventá-lo; aquele que é capaz de aplicar o aprendido-apreendido a situações existenciais concretas (Freire, 1977, p.27, 28).

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Rubem. **Conversas com quem gosta de ensinar**. São Paulo : Cortez, 1991.

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Normas Técnicas. **Referências Bibliográficas**, Rio de Janeiro : 2000.

CAPRA, Fritjof. **O ponto de mutação**. São Paulo : Cultrix, 1997.



- CHIZZOTTI, Antonio. Metodologia do ensino superior: o ensino com pesquisa. CASTANHO, Sérgio e CASTANHO, Maria Eugênia (orgs.) **Temas e textos em metodologia do ensino superior**. Campinas, SP : Papyrus, 2001.
- D'AMBROSIO, Ubiratan. *Transdisciplinaridade na pesquisa e na formação profissional*. In. **A Interdisciplinaridade na Comunicação** (pesquisa e formação profissional). KAY, Patrícia, ARONCHI, José Carlos (Orgs.). Suzano, SP : Gil & Tunice, 1999.
- DEMO, Pedro. **Conhecer e Aprender**. Porto Alegre, RS : Artmed, 2000a.
- DEMO, Pedro. **Educação & Conhecimento** – Relação necessária, insuficiente e controversa. Petrópolis, RJ : Vozes, 2000b.
- FAZENDA, Ivani C.A. **Interdisciplinaridade – um projeto em parceria**. São Paulo : Ed. Loyola, 1991.
- FREIRE, Paulo. **Extensão e comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 9ª edição, Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1977.
- FREITAS, Luís Carlos de. **A questão da interdisciplinaridade:** notas para a reformulação dos cursos de pedagogia. São Paulo : Revista Educação e Sociedade, agosto de 1996.
- PERRENOUD, Philippe. **10 novas competências para ensinar**. Porto Alegre, RS : Artmed Editora, 2000.
- PINHO, J.B. **Propaganda institucional:** usos e funções da propaganda em relações públicas. São Paulo: Summus, 1990.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Comunicação empresarial, comunicação institucional;** conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986 (Novas Buscas em Comunicação, 11).
- SEVERINO, Antônio Joaquim; FAZENDA, Ivani Catarina Arantes. **Conhecimento, Pesquisa e Educação**. Campinas, SP : Papyrus, 2001.
- TAVARES, Clotilde. **Iniciação à visão holística**. Rio de Janeiro : Record, 1993.