

## **ADEQUAÇÃO DO CURRÍCULO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UNIPAMPA ÀS NOVAS DIRETRIZES CURRICULARES NACIONAIS**

Nauber Valle Blanco Junior, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Lívia Freo Saggin, docente, Universidade Federal do Pampa

nauberblanco.aluno@unipampa.edu.br

Este trabalho apresenta um recorte do Trabalho de Conclusão de Curso, que se propõe a cartografar o ensino da Comunicação no Estado do Rio Grande do Sul, através das Instituições de Ensino Superior Públicas. O objetivo deste trabalho é apresentar o currículo do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa e discutir sua adequação às novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN). Optamos por este recorte para que fosse possível um estudo aprofundado sobre as questões curriculares presentes no Projeto Pedagógico Curricular (PPC) do curso citado. Ademais, nos apropriamos deste objeto textual e imagético (SILVA, 2018) para assim compreendermos se há uma adequação às novas Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda. Em linhas gerais, contextualizamos que o PPC de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA foi constituído em 2018, enquanto as novas diretrizes curriculares foram criadas em 2019 e aprovadas em abril do ano seguinte. No que diz respeito a metodologia escolhida, optamos por realizar uma pesquisa pela *internet* (FREITAS; JANISSEK-MUNIZ; MOSCAROLA, 2002) através de buscadores *online*, como Google, o *site* da UNIPAMPA e o *site* do Ministério da Educação (MEC), a fim de encontrarmos dados sobre o currículo do curso investigado e também as competências presentes nas DCN. Posteriormente, com os documentos encontrados, realizamos uma análise documental (MICHEL, 2009) para compreender a adequação do PPC às novas competências. Salientamos que as competências das novas DCN foram divididas em oito eixos: Criatividade; Estratégia; Conduta Empreendedora; Tecnologia; Criticidade; Humanidade; Linguagem; Profissionalização. Os resultados desta análise inicialmente apontam que é possível compreender que o currículo do curso em questão é dividido em eixos temáticos, ou seja, “eixo Academia/Pesquisa”; “eixo Profissão/Mercado” e “eixo Sociais/Humanidades”. Desta forma, os componentes curriculares tem certo equilíbrio nos seus conteúdos através desta divisão temática. No entanto, sobre a competência de Criatividade, podemos perceber que há divisão entre seus componentes em 3 categorias: Direção de Arte; Redação e Criação Publicitária. Diante disto, o currículo compreende o pensamento criativo permeando todas as fases do processo de trabalho, concebendo a criatividade enquanto constituinte do desenvolvimento de produtos comunicacionais. Sobre as competências de Estratégia e Conduta Empreendedora, notamos que os componentes ligados ao eixo Profissão/Mercado abrangem conteúdos voltados para a questão do desenvolvimento de projetos através do raciocínio lógico, além de trabalhar com a resolução de problemas reais da sociedade, empreendendo e inovando no campo

social, tecnológico e de atuação profissional da área. Aqui destacam-se os componentes curriculares de: Pesquisa de Opinião e Mercado; Planejamento de Marketing; Marketing de Varejo e Promoção de Vendas. Já sobre a competência de Tecnologia, o currículo tem componentes que dialogam com os recursos tecnológicos com foco na Comunicação, ademais utilizando recursos e ferramentas tecnológicas para gestão de informação. Além disso, os componentes com maior carga horária prática se utilizam de recursos tecnológicos para sua realização, assim destacam-se os componentes: Comunicação Digital; Produção Gráfica; Produção Para Web e Marketing Digital. No que diz respeito à Criticidade e Humanidade, o currículo dispõe destas competências em seu eixo Sociais/Humanidades, isto é, em componentes que abordam conteúdos comunicacionais em contextos sociais, políticos e culturais, gerando possibilidades de reflexão aos discentes. Ainda, abordam temas relacionados ao desenvolvimento humano através de interpretações filosóficas, psicológicas e sociais. Porém, em nossa análise inicial, notamos que faltam componentes curriculares obrigatórios que versem sobre a diversidade, discutindo gênero, raça, sexualidade, etarismo e questões de acessibilidade. Sobre Linguagem, observamos que a maioria dos componentes ofertados dialoga com esta competência, visto que discutem a linguagem em suas variadas formas: verbal, textual, visual, sonora, audiovisual, etc. Por fim, sobre Profissionalização, citamos novamente o eixo “Profissão/Mercado”, pois tem como foco a profissionalização do(a) discente através de recursos pedagógicos. Além disso, os componentes têm como base a criação de narrativas publicitárias através de produções textuais, audiovisuais, gráficas, etc. Portanto, compreendemos que o currículo analisado dispõe das oito competências das novas Diretrizes Curriculares, sendo adequado às novas DCN. Todavia, mesmo os componentes tendo relações entre as competências, percebemos que há foco nas seguintes: Criatividade, Humanidade, Linguagem e Profissionalização.

**Palavras-chave:** Currículos; Diretrizes Curriculares; Publicidade e Propaganda; Universidade Federal do Pampa.