

FESTIN – FESTIVAL DE INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

Flávio Chiaretti Novi¹

Márcio Huertas²

O **Fest'in** é um festival voltado a estudantes e profissionais do mercado de comunicação, com o objetivo de atualizar e aprimorar conhecimentos nas áreas de comunicação, inovação e criatividade. Reúne profissionais de diversas áreas da comunicação, referências em seus campos de atuação, que compartilham experiências singulares sob a forma de palestras, cases e workshops, abertas ao público. Dentro das atividades do Fest'in acontece o concurso social sempre com um tema relevante para um desafio aos universitários.

O objetivo foi desenvolver uma campanha publicitária em cima do tema **“Se for jogar, jogue consciente**, abordando os jogos de azar. Foi realizado um trabalho interdisciplinar entre as disciplinas Design Gráfico e Direção de Arte, do curso de Publicidade e Propaganda, proporcionando aos estudantes a vivência completa do processo de criação e produção publicitária, desde a concepção das ideias até a edição final, promovendo a integração entre as duas disciplinas e estimulando competências técnicas, éticas, colaborativas e profissionais. O trabalho caracterizou-se como um relato de experiência, envolvendo os estudantes em todo o processo. Os alunos se organizaram em grupos de três a cinco pessoas, permitindo a vivência das diferentes etapas do processo criativo.

Cada etapa do processo contou com orientação e planejamento dos docentes envolvidos, nas quais foram definidos os melhores recortes, identificando as melhores ideias. A orientação docente ocorreu de forma contínua, contemplando acompanhamento das diversas etapas de produção e execução, avaliação da qualidade das peças da campanha, revisão dos textos e orientação na diagramação durante a edição.

Também foram observados princípios éticos e requisitos legais da prática publicitária, incluindo verificação das informações, proteção das fontes quando necessária, respeito aos direitos autorais, créditos de imagens e dados, autorização para uso de imagem e tratamento responsável das informações pessoais.

A metodologia colaborativa possibilitou que todos os estudantes compreendessem cada etapa do processo criativo, desde a identificação, até a elaboração das peças por cada equipe. O projeto também promoveu a integração entre as disciplinas envolvidas e dialogou com diversos princípios éticos, trazendo a preocupação em orientar o público a jogar de forma consciente.

A experiência demonstrou o potencial dos projetos interdisciplinares como estratégia de ensino-aprendizagem, aproximando os estudantes das práticas profissionais da publicidade. No julgamento das campanhas, foram eleitas e premiadas as 3 (três) melhores campanhas (premiações bronze, prata e ouro), fortalecendo a participação das instituições de ensino envolvidas. O projeto evidenciou a relevância da integração entre diferentes áreas do

¹ Especialista, docente no Centro Universitário Barão de Mauá. E-mail: flavio.novi@baraodemaua.br

² Mestre, docente no Centro Universitário Barão de Mauá. E-mail: marcio.huertas@baraodemaua.br

conhecimento na formação de profissionais mais críticos e criativos.

Palavras-chave: Jogos de azar. Criatividade. Campanha.