

## CRIATIVIDADE PREMIADA: EXPERIÊNCIAS DE APRENDIZAGEM E CONCURSOS UNIVERSITÁRIOS

Carmen Silvia Porto Brunialti Justo <sup>1</sup>

carmen.justo@baraodemaua.br

Francisco Garcia Soares de Oliveira <sup>2</sup>

francisco.soares@baraodemaua.br

Márcio Huertas <sup>3</sup>

marcio.huertas@baraodemaua.br

Raul Otuzi de Oliveira <sup>4</sup>

raul.oliveira@baraodemaua.br

Centro Universitário Barão de Mauá

Os publicitários são reconhecimentos no mundo do trabalho por meio da criatividade, da ousadia em resolver problemas complexos e da capacidade estratégica para integrar as expectativas dos anunciantes, a uma boa campanha que gere resultados. Para isso, precisam ter bons conhecimentos, senso crítico, ética profissional, habilidades criativas, portfólio e *networking*. Uma possibilidade de exercitarem a prática profissional e serem reconhecidos é por meio da participação em concursos universitários. Os concursos podem ser internacionais, como o

---

<sup>1</sup> Doutora em Ciência, Tecnologia e Sociedade pela Universidade Federal de São Carlos, UFSCar. Mestra em Ciências pela Universidade de São Paulo, USP. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

<sup>2</sup> Especialista em Docência do Ensino Superior pela Faculdade de Educação São Luís, FESL. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

<sup>3</sup> Mestre em Educação pelo Centro Universitário Moura Lacerda, CUML. Especialista em Docência do Ensino Superior pela Faculdade de Educação São Luís, FESL. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

<sup>4</sup> Especialista em MBA em Liderança, Inovação e Gestão 3.0. pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS. Especialização em Didática do Ensino Superior pelo Centro Universitário Barão de Mauá, CBM. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions (2023), ou nacionais e locais, realizados pelas entidades estudantis e associações de classe. Os concursos oferecem o reconhecimento e a oportunidade de os estudantes vivenciarem na prática, a criação e produção de um job ou campanha publicitária. Diante desse cenário, esse relato de experiência tem como objetivo apresentar como foi planejada a participação dos estudantes do curso de Publicidade e Propaganda da Barão de Mauá, no 22º Festival de Inovação e Criatividade (FEST'IN), promovido pela Associação dos Profissionais de Propaganda da cidade de Ribeirão Preto (APP – Ribeirão). Essa atividade integrou as experiências de aprendizagem das disciplinas de Criação e Redação Publicitária, Produção Publicitária em Áudio e Vídeo, Direção de Arte e Design Gráfico, de forma interdisciplinar, seguindo a perspectiva de que é por meio dos desafios complexos, integrando diferentes conhecimentos que se promove conhecimento teórico e prático. As etapas desse trabalho envolveram: o planejamento da atividade no Plano de Aprendizagem do Aluno (PAA), a leitura do briefing, a pesquisa e investigação sobre a temática da campanha social, o brainstorming, a definição do conceito criativo e padrão gráfico e, a produção das peças da campanha. Os estudantes foram reunidos em equipes no formato de agências de publicidade compostas por alunos de uma mesma turma, ou de turmas de cursos diferentes, como jornalismo, produção audiovisual e design gráfico. Na edição 2023, o tema foi “Fique alerta. Pode ser um relacionamento tóxico” e o cliente da campanha social era o Clube da Borboleta, uma associação que promove o debate sobre as questões de gênero, especificamente o respeito às mulheres, em diferentes aspectos da vida. A melhor campanha deveria ter como foco provocar um olhar crítico sobre os conflitos, desrespeito e a competição entre parceiros que mantém uma relação amorosa. A atividade foi realizada durante duas semanas, no mês de maio de 2023. Os resultados apontam que as atividades integradas que fomentam a pesquisa, a extensão e o aprimoramento da prática profissional nos cursos de comunicação social, podem ampliar o debate e o diálogo entre professores e alunos de áreas distintas desses campos. Na prática, essa interação já acontece no mercado de trabalho, entre comunicadores publicitários, jornalistas e produtores audiovisuais com o objetivo de criarem propostas integradas para

atenderem aos seus diferentes públicos. Foram inscritos 16 trabalhos, sendo oito selecionados no *shortlist* e dois receberam os prêmios prata e bronze, uma conquista que reconheceu o trabalho de todos por meio de uma experiência de aprendizagem prática e focada no mercado profissional.

**Palavras-chaves:** Concursos universitários. Publicidade e Propaganda. Experiência de Aprendizagem.