

CHE - CÂMARA DE CIÊNCIAS HUMANAS, SOCIAIS E EDUCAÇÃO ( PÔSTER )

NOME: GABRIEL FERREIRA DE ALMEIDA GONZALEZ

TÍTULO: CONCEPÇÕES DE DOCÊNCIA UNIVERSITÁRIA NO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

AUTORES: JOCIENE CARLA BIANCHINI FERREIRA, GABRIEL FERREIRA DE ALMEIDA GONZALEZ, GABRIEL FERREIRA DE ALMEIDA GONZALEZ

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: Docência Universitária; Publicidade e Propaganda; Currículo.

**RESUMO**

O trabalho tem como objetivo identificar e analisar as concepções de docência universitária presentes no documento de regulação do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da UEMG (Universidade do Estado de Minas Gerais), Campus Frutal, elaborado em 2007 e alterado em 2011, conforme resolução COEPE/UEMG nº 104/2011. A fundamentação teórica parte dos estudos de Masetto (2003); Veiga (2006); Maciel (2007); Lampert (2009); entre outros autores que buscam ressaltar a importância de um projeto pedagógico de curso bem fundamentado e elaborado por toda comunidade acadêmica e que, nesta esfera, serviu como parâmetro de construção de um projeto pedagógico no âmbito universitário. Como metodologia, articulou-se a pesquisa descritiva do projeto, combinando e comparando os dados da pesquisa bibliográfica e documental, inseridas em uma abordagem qualitativa. Como resultados parciais, percebe-se que o documento analisado, de uma forma inicial e sumária, contempla em sua estrutura curricular as concepções de docência universitária, tais como: a preocupação com a dicotomia teoria e prática, questões de interdisciplinaridade, transdisciplinaridade e multidisciplinaridade, a formação humanística e para o mercado de trabalho, assim como orientação e importância da avaliação, estágio supervisionado e TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) para o desenvolvimento acadêmico do aluno. Nos objetivos específicos do documento, ressalta-se a importância da formação para o mercado regional e local, que pode ser observada com a presença das disciplinas de "Perfil da Comunicação Publicitária Regional e Comunitária" e "Publicidade no Agronegócio" na estrutura curricular. Contudo, verifica-se um olhar tradicional para o ensino, em que o professor é o detentor do conhecimento, quando se constata, ainda nos mesmos objetivos, a possibilidade de transmissão de informações com suficiente arcabouço teórico/prático.