

A INTERDISCIPLINARIDADE COMO PROPOSTA DIDÁTICA NOS CURSOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UNIUBE

BORGES, Karla de Almeida - UNIUBE- karla.borges@uniube.br

ET: Didática e Práticas de Ensino / nº 04

A aplicação da interdisciplinaridade como instrumento didático para o ensino da Publicidade e Propaganda tem tido resultados expressivos no Curso de Comunicação da UNIUBE. O caráter de focos múltiplos que o exercício da profissão possibilita tem grande adequação com a aplicação da interdisciplinaridade. Esse trabalho pretende discutir como o ensino de saberes específicos, aplicado no desenvolvimento dos projetos do curso, faz com que a mediação cognitiva, tratada por Shulman, seja facilitada no curso citado. O uso da problematização como ferramenta didática também tem colaborado para os resultados dos trabalhos implementados, com análises da zona desenvolvimento proximal, proposta por Vigotsky. Ao lançar mão de empresas reais como objeto de estudo, os alunos têm como analisar e propor soluções de comunicação para problemas de mercado. A identificação desses problemas é feita a partir da análise situacional que acontece no início dos trabalhos interdisciplinares. Isso possibilita que realidades variadas sejam analisadas, transformando-se em vivências que colaboram para o aprendizado desse aluno. A metodologia aplicada é a pesquisa bibliográfica dos autores citados anteriormente. Esse trabalho pretende, portanto, fazer uma análise da relação eficiência da interdisciplinaridade proposta no curso em questão e atuação diversificada que a profissão de publicitário possibilita.

Palavras-chave: Interdisciplinaridade. Problematização. Ensino da Publicidade.