

Projeto Interdisciplinar de Práticas Publicitárias e Jornalísticas em Comunicação e Inovação¹

Diocsianne MOURA

(Universidade Tuiuti do Paraná / UTP)

Tecnologias emergentes como a Inteligência Artificial (IA) tem transformado profundamente diversos setores da sociedade (Lee et al, 2022). Os campos do jornalismo e da publicidade também foram impactados tanto na produção de conteúdo quanto nas estratégias de engajamento com o público. Além dos impactos da IA na Comunicação (Cozman, 2021), ferramentas como Realidade Aumentada (RA) e Realidade Virtual (RV) passaram a ser instrumentos essenciais, que redefinem a forma como marcas e veículos de comunicação interagem com suas audiências. A comunicação estratégica como área de destaque para as organizações têm buscado profissionais capazes de integrar conhecimento teórico e prático, aliando criatividade com inovação tecnológica. Assim, entende-se que tornou-se relevante aproximar a comunicação teorias como da Gestão do Conhecimento (Choo, 2006) e da Gestão da Inovação (Tidd, 2015). Diante dessa nova realidade, é fundamental que a formação acadêmica proporcione aos alunos experiências interdisciplinares que os capacitem para enfrentar esses desafios, preparando-os para explorar de maneira ética e crítica as tecnologias emergentes no mercado de comunicação (Hans, 2006).

A proposta da disciplina “Projeto Interdisciplinar de Práticas Publicitárias e Jornalísticas em Comunicação e Inovação” surgiu com o objetivo de integrar estudantes dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) em um ambiente de aprendizado prático, interdisciplinar e reflexivo. Procurou-se estimular o desenvolvimento de campanhas e estratégias comunicacionais, utilizando tecnologias emergentes como Inteligência Artificial (IA), Realidade Aumentada (RA) e Realidade Virtual (RV). O diferencial da proposta consistiu na utilização desses recursos, permitindo que os alunos criassem experiências imersivas e interativas. A ideia central foi desafiar os estudantes a pensar além dos formatos tradicionais de comunicação,

¹ Relato de experiência apresentado no GP Projetos Pedagógicos e Metodologias de Ensino, no VII Encontro Regional Sul de Ensino de Jornalismo (Erejour Sul).

integrando

que ampliem a

ferramentas digitais

capacidade de

engajamento e alcance das mensagens publicitárias e jornalísticas. Com isso, o projeto visou a criação de uma ponte entre a teoria e a prática, preparando os futuros profissionais para lidar com as transformações tecnológicas e comunicacionais. De forma complementar, a disciplina foi encerrada com a palestra de um empresário do setor de tecnologias aproximando ainda mais a vida acadêmica da realidade.

Objetivos

O projeto foi desenvolvido com os seguintes objetivos principais:

1. **Promover o entendimento teórico sobre gestão do conhecimento e inovação:** Proporcionar aos alunos uma base teórica sólida que os capacite a entender como o conhecimento pode ser estruturado, compartilhado e aplicado para gerar inovação no contexto comunicacional.
2. **Familiarizar os alunos com tecnologias emergentes:** Introduzir os estudantes ao uso de IA, RA e RV, apresentando essas tecnologias como ferramentas essenciais para a comunicação contemporânea.
3. **Desenvolver competências práticas em criação de campanhas e estratégias:** Capacitar os alunos a criar campanhas publicitárias, marketing de produtos e serviços, estratégias de branding e comunicação estratégica para assessoria de imprensa, utilizando as ferramentas tecnológicas de forma inovadora e ética.
4. **Estimular o pensamento crítico sobre o impacto ético e social das tecnologias:** Incentivar uma reflexão crítica sobre o uso de tecnologias digitais, considerando aspectos éticos e a responsabilidade na comunicação e no uso de dados e informações.
5. **Facilitar a colaboração interdisciplinar:** Promover o trabalho em equipe e a troca de conhecimentos entre alunos de diferentes formações, fortalecendo as competências interdisciplinares e o aprendizado colaborativo.

Metodologia

O percurso metodológico foi organizado em seis etapas integrativas, com foco no aprendizado prático e reflexivo. Cada etapa tinha atividades específicas para fortalecer o

entendimento dos
abordados e permitir a
conceitos.

VII ENCONTRO REGIONAL SUL DE ENSINO DE JORNALISMO EREJOR SUL

alunos sobre os temas
aplicação prática dos

1. **Introdução Teórica à Gestão do Conhecimento e Inovação:** No início da disciplina, os alunos tiveram aulas expositivas baseadas na Gestão do Conhecimento e na Gestão da Inovação no contexto organizacional e comunicacional. Textos e casos de estudo foram explorados para que compreendessem o papel do conhecimento como recurso estratégico e fonte de inovação. Esse embasamento teórico preparou os estudantes para refletirem sobre o uso da tecnologia como diferencial competitivo na comunicação.
2. **Aulas práticas de IA e Ferramentas Tecnológicas:** A segunda fase consistiu em aulas práticas para introduzir as tecnologias de IA, RA e RV. Eles tiveram contato com ferramentas de IA para geração de textos, análise de dados e criação de conteúdo visual, bem como com softwares de RA e RV para explorar a criação de experiências imersivas para que pudessem se familiarizar com as ferramentas e estimular a criatividade na aplicação dessas tecnologias em projetos comunicacionais.
3. **Desenvolvimento de Projetos com RA e RV:** Nesta etapa, os alunos foram divididos em grupos interdisciplinares para criarem uma campanha ou estratégia de comunicação, utilizando IA, RA ou RV para interagir com o público de forma inovadora. Por exemplo, uma equipe criou uma campanha de produto em que o público podia experimentar o produto virtualmente via RA, enquanto outra equipe desenvolveu um ambiente de RV para uma experiência de simulação. Eles tiveram que criar *prompts* de IA para auxiliá-los. Essa etapa foi central para que os alunos compreendessem o impacto das tecnologias na comunicação e experimentassem soluções criativas e interativas.
4. **Análise Crítica e Reflexão Ética:** Após a criação dos projetos, os alunos participaram de sessões de análise crítica, discutindo os aspectos éticos, técnicos e sociais do uso de tecnologias emergentes. Foram abordadas questões como a privacidade do usuário, a manipulação de dados e a importância de uma

comunicação
refletir sobre

ética. Eles puderam
os limites e

responsabilidades do uso da tecnologia na comunicação, desenvolvendo uma
visão crítica e ética sobre suas práticas profissionais.

5. **Apresentação dos Resultados e Discussão de Impacto:** Ao final da disciplina, cada grupo apresentou seu projeto e os resultados obtidos, em um momento de compartilhamento de experiências e desafios enfrentados. Os alunos também realizaram uma análise dos benefícios e limitações do uso das tecnologias emergentes e refletiram sobre como essas ferramentas podem transformar a comunicação no futuro.
6. **Contato com o mercado:** De forma complementar à entrega das atividades, os alunos assistiram a palestra de um empresário do ramo da tecnologia, convidado pela instituição de ensino, na qual puderam conferir a aplicação dos recursos e ferramentas que viram em sala de aula em campanhas, produtos e serviços reais.

Resultados e Reflexões

A experiência pedagógica gerou resultados positivos em termos de aprendizado e desenvolvimento de competências. A utilização da IA permitiu aos alunos uma produção mais ágil e eficiente de conteúdos, enquanto as experiências com RA e RV proporcionaram uma visão prática e inovadora do potencial dessas tecnologias. Os alunos criaram campanhas que permitiam interações diretas com o público, simulando experiências reais com RA e aumentando o impacto emocional das campanhas. Com a RV trouxeram puderam trazer o aspecto imersivo, permitindo que o público vivenciasse o contexto de uso de produtos e serviços, criando uma experiência única e memorável.

Os alunos relataram aumento no interesse e motivação para explorar as tecnologias digitais, demonstrando compreensão ampliada sobre a ética na comunicação. A análise crítica destacou a importância de um uso responsável da tecnologia, levando em conta a privacidade e o bem-estar do público. A interdisciplinaridade com outras teorias e a integração das ferramentas digitais foram pontos de destaque que enriqueceram a experiência de aprendizado, mostrando aos alunos a relevância da inovação na prática comunicacional.

A experiência com a disciplina “Projeto Interdisciplinar de Práticas Publicitárias e Jornalísticas em Comunicação e Inovação” demonstrou que o uso de IA, RA e RV pode enriquecer o processo formativo, preparando os alunos para enfrentar as transformações do mercado de comunicação. A combinação entre teoria e prática, fundamentada pela gestão do conhecimento e pela inovação, possibilitou que os estudantes experimentassem um aprendizado dinâmico e interativo, estimulando a criatividade e a reflexão ética.

Ao proporcionar experiências práticas com as tecnologias emergentes supracitadas, foi possível perceber que os alunos refletiram sobre o potencial dessas tecnologias, e passaram a ter uma visão diferente em relação à aplicação em campanhas publicitárias, comunicação estratégica e jornalismo. Este relato sugere que atividades semelhantes podem ser continuadas e expandidas em todas as áreas de conhecimento, contribuindo para a formação de profissionais preparados para utilizar as tecnologias emergentes de forma estratégica e responsável na comunicação.

REFERÊNCIAS

COZMAN, Fábio G. Plonskim Ary. Neri, Hugo (orgs). Inteligência Artificial: avanços e tendências (livro eletrônico). São Paulo: Instituto de Estudos Avançados, 2021 (PDF).

CHOO, ChunWei. A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. Tradução Eliana Rocha. 2ª Edição. São Paulo: Editora Senac, 2006.

HANS, Jonas. O princípio da responsabilidade: ensaio de uma ética para a civilização tecnológica. Contraponto. 2006.

LEE, KAI-FU; QIUFAN, CHEN; 2041: Como a inteligência artificial vai mudar sua vida nas próximas décadas. São Paulo: Globo Livros, 2022.

TAVARES, Luis Antonio. MEIRA, carvalho Matheus. AMARAL, Sergio Ferreira do. Inteligência Artificial na Educação: Survey. In: Braz.Journalism.of Develop. Curitiba, v.6, n.7, p. 48699-48714 jul.2020. DOI:10.34117/bjdv6n7-496. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/13539> . Acesso em: 01 jul. 2024.

TIDD, Joe. Gestão da Inovação. 5. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.