

# LABORATÓRIO DE ESTÁGIO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA: UMA EXPERIÊNCIA EM EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO ENSINO DE GRADUAÇÃO

André Iribure Rodrigues<sup>1</sup>  
Patrícia Kunrath Silva<sup>2</sup>

## RESUMO

Este trabalho reflete acerca do ensino em Comunicação Social, na habilitação em Publicidade e Propaganda, frente a novas realidades e demandas que se apresentam a docentes e discentes no que tange à atividade acadêmica e ao mercado de trabalho. O objetivo deste relato é trazer ao debate intervenções e iniciativas de modalidades de Ensino a Distância (Ead), seu processo de desenvolvimento, execução e avaliação – tanto da disciplina ministrada nesta modalidade quanto do desempenho dos alunos – por meio de uma experiência que vem sendo desenvolvida no curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) com apoio e fomento da Secretaria de Educação a Distância (Sead UFRGS). A experiência Ead integra um contexto de aprendizagem marcado por rotinas em que a relação tempo e espaço cada vez mais exige formas alternativas de otimização. A possibilidade de discentes administrarem seu tempo, num sistema de ensino centrado no aluno, o coloca como sujeito do processo. O desafio ao se propor uma disciplina na modalidade Ead inicia com o rompimento de uma oposição à modalidade presencial, tendo em perspectiva a interação mediada por computador. Nesse sentido, a tecnologia deve ser coadjuvante mobilizador de práticas de construção de conhecimento coletivas. Essa percepção foi ancorando o percurso apresentado, com início em uma proposta de Objeto de Aprendizagem com foco na interação, a seguir com proposta de disciplinas presenciais mediatizadas pela plataforma Rooda, culminando numa proposta de disciplina Ead contando com ferramentas inovadoras e não lineares como a construção de texto colaborativo e de mapa conceitual. O que se percebe e se espera com o andamento dessas experiências é uma adaptação ao contexto dessa nova geração que está tão íntima das plataformas digitais de uma realidade colaborativa e hipertextual, em que os dispositivos tecnológicos são provocadores de novas propostas metodológicas de ensino e de posturas tanto por parte dos discentes quanto dos docentes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Ead (Educação a Distância), Tecnologias da Informação, Comunicação, Ensino

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Informação, Professor Adjunto, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABico/UFRGS), e-mail: iribure@ufrgs.br

<sup>2</sup> Mestranda em Antropologia Social, Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e-mail: paty\_ks@hotmail.com