

XIV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2019

Sustentabilidade, autonomia e resistência da Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa



22 a 24 de outubro de 2019

- Realização** Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã (ABPCOM) e Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIC)
- Promoção** Departamento de Comunicação Social (GCO) e Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC)
- Localização** Instituto de Artes e Comunicação Social (IACS)
Universidade Federal Fluminense (UFF) - Niterói, Brasil

Agência Experimental Toca: comunicação, experimentação e vivências na formação discente da UFMT¹

Mylena Leite
Dôuglas Aparecido Ferreira
Universidade Federal de Mato Grosso

Resumo

A TOCA - Agência Experimental de Comunicação é um projeto da Universidade Federal de Mato Grosso. O projeto é composto por alunos e professores da Faculdade de Comunicação e Artes e contribui para a formação profissional e cidadã dos participantes, envolvendo a comunidade interna e externa da universidade. A TOCA fundamenta-se na comunicação como prática dialógica (FREIRE, 1983) e se alinha às Diretrizes Curriculares dos Cursos de Comunicação (Parecer CNE/CES 492/2001), uma vez que proporciona a vivência do discente com a prática profissional, sem perder de vista a reflexão sobre questões emergentes da sociedade. A agência é um espaço onde os estudantes têm a oportunidade de experimentar os conceitos discutidos em sala de aula (TONDATO, 2010), suscitando a vivência em grupo, a diversidade de ideias, a experimentação de linguagens comunicacionais e o debates sobre a forma de se fazer e pensar a comunicação (PUBLIO; MADER, 2007). A TOCA atende demandas de projetos de extensão e pesquisa, ONG's e instituições sem fins lucrativos. Em 2019, a agência lançou uma chamada pública para a seleção dos parceiros a serem atendidos. Para sua divulgação, foi realizado um *workshop* de capacitação em comunicação para mais de vinte organizações com o perfil mencionado. Após o evento, a chamada foi publicada em diversos outros espaços midiáticos e recebeu quatorze inscritos. Desses, dois foram selecionados: NEPRE (Núcleo de Estudos sobre Relações Raciais e Educação); e Raia Rápida, projeto que visa o aperfeiçoamento de atletas de natação. Para esses projetos a Toca já

¹ Trabalho apresentado no GT4 - Práticas profissionais e formação cidadã em comunicação da XIV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2019, de 22 a 24 de outubro de 2019, na Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ.

desenvolveu: planejamento de comunicação, produção de fotos e *posts* nas redes sociais, criação de identidade visual e um vídeo institucional. Além desses parceiros, a agência experimental também atende às demandas de comunicação da CODEX - Coordenação de Extensão da UFMT - com desenvolvimento de *Podcasts*, *releases*, criações para redes sociais e elaboração de nova identidade visual. As atividades desenvolvidas pela Toca são embasadas em autores que discutem os processos de uma agência de comunicação como João Anzanello Carrascoza (1999), Celso Figueiredo (2005), Rafael Sampaio (1995), Marcelia Lupetti (2000) e Alina Wheller (2012). Além do atendimento aos parceiros, a Toca ainda conta com dois outros núcleos: um de comunicação interna, responsável pelas demandas institucionais do projeto e outro pedagógico, responsável pelas atividades de formação dos discentes. Em 2019, no âmbito da formação, foram realizadas: Palestra Desafios do Jornalismo no século 21, oficina de *podcast*, roda de conversa sobre o programa Future-se, roda de conversa com membros da Associação Matogrossense dos Cegos e oficinas de preparação para a cobertura da Liga das Nações de Vôlei, que teve etapa em Cuiabá. Na ocasião, os estudantes realizaram uma cobertura em diversas plataformas e possivelmente aconteceu a primeira narração esportiva do estado feita por mulheres. A TOCA tem contribuído com os cursos de graduação em Comunicação para o desenvolvimento da experimentação, autonomia e cidadania dos envolvidos em suas atividades por meio de uma comunicação mais dialógica e horizontal.

Palavras-chave

Comunicação; Extensão; Experimentação; Diálogo.

Referências

CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário**: a associação de palavras como elemento de sedução na publicidade. São Paulo: Futura, 1999.

FIGUEIREDO, Celso. **Redação publicitária**: sedução pela palavra. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?**. 8ª. Ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

LUPETTI, Marcelia. **Planejamento de comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

Parecer CNE/CES 492/2001. **Ministério da Educação** – Conselho Nacional de Educação. Brasília, janeiro de 2011.

PUBLIO, M. e MADER, M. A relevância das agências experimentais na aprendizagem dos alunos de comunicação social. **Cadernos da Escola de Comunicação**, n. 7, Unibrasil, Faculdades Integradas do Brasil, Curitiba, 2007.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**: como usar a propaganda para construir marcas e empresas de sucesso. Rio de Janeiro: Campos, ABP, 1995.

TONDATO, M. Projetos Experimentais, projetos integrados e agências experimentais: novas práticas pedagógicas no ensino de comunicação. **Revista Comunicação e Educação**, n. 2, a. XV, ECA/USP, São Paulo, maio/ago 2010.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**: Guia Essencial para Toda a Equipe de Gestão de Marcas. Bookman Editora, 2012.