

Há alguns anos tive o privilégio e a oportunidade de conhecer o campus São Borja da UNIPAMPA. A Universidade se insere numa economia local e no potencial humano de uma das regiões mais prósperas do país. A paisagem desse lugar é marcada por um contexto das missões jesuíticas e fronteiro com a Argentina, de uma riqueza cultural capaz de nos deixar a herança de grandes líderes políticos, onde se reconhece a “terra dos presidentes”. Não por acaso, a perspicácia de espriar a ciência e a tecnologia, quando ocorreu a ampliação das Universidades Federais, contemplou a UNIPAMPA com o curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda. Somos, agora, agraciados com esta publicação, que nos ajuda a perceber a relevância de uma das áreas significativas para o desenvolvimento econômico e humano, se considerarmos o papel da publicidade e da propaganda na produção e reprodução de textos alinhados com demandas sustentáveis e da diversidade. Cada capítulo deste livro transparece o cuidado de traduzir a relevância dessa área, na formação de novas gerações e na contribuição local com a pesquisa e a extensão universitárias. Somos literalmente convidados a uma leitura para melhor entendermos elementos da indústria cultural como o rock e seu impacto social, assim como a fotografia enquanto espaço relevante para representação identitária e preservação da memória de uma comunidade.

Às portas das novas diretrizes curriculares a serem propostas pelo MEC para o curso de Publicidade e Propaganda, outros capítulos ainda muito pertinentes permitem-nos vislumbrar uma



gaúcha” apresenta contribuição inestimável aos debates sobre ensino, pesquisa e

O livro “PUBLICIDADE : reflexões sobre saberes e fazeres na fronteira

extensão em Comunicação Social-Publicidade e Propaganda a partir das

do campo publicitário. Campo este que historicamente se situa e se constrói na

especificidades regionais da fronteira oeste do sul do país, mas com o olhar

sempre atento ao mundo, às mudanças econômicas, sociais culturais e tecnológicas em curso, que tanto afetam as práticas profissionais e pedagógicas

fronteira entre diversos saberes, que vão das artes visuais à ciência econômica, da

literatura à estatística, da psicologia à antropologia, e que por isso tanto fascina e

provoca à constante reflexão estudantes e educadores. Um livro de região

fronteira sobre um saber também de fronteira, marcadamente híbrido, mestiço,

consagra um casamento que não poderia ser mais bem sucedido, posto que

concretiza a sempre contemporânea e inventiva antropofagia modernista

brasileira. Entendemos que é na fronteira, compreendida politicamente e

socialmente como lugar da alteridade, de encontro, desencontro e contradição,

que se encontra o maior potencial para o desdobramento da comunicação

emancipatória, para a integração crítica e a transformação social.

Patrícia Gonçalves Saldanha

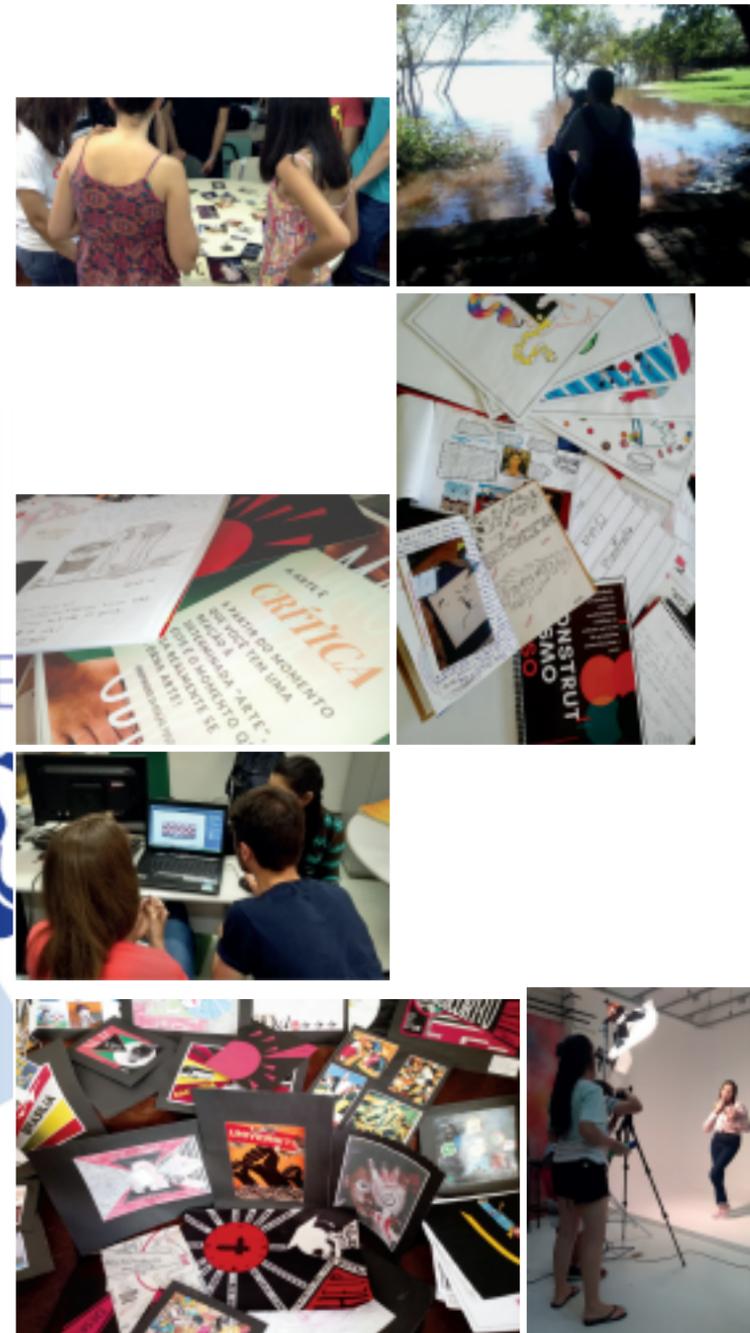
Pablo Nabarrete Bastos

UFF



# PUBLICIDADE

reflexões sobre  
saberes e fazeres  
na fronteira gaúcha



## Denise Teresinha da Silva João Antônio Gomes Pereira organização

experiência política e pedagógica nas peculiaridades do curso de publicidade e propaganda da UNIPAMPA, e, na sequência, compreender o papel do curso no desenvolvimento da região. Para as especificidades da formação, três outros capítulos bem articulam elementos relevantes na formação de publicitários. Podemos ler sobre a cultura visual, a qual é seguida de capítulo que traz

contribuições para pensarmos nas experiências de ensino na perspectiva da Pesquisa de Opinião e Mercado. Esses dois capítulos se complementam ao nos depararmos com outra produção que articula a escrita literária com a linguagem da publicidade, extremamente importante para pensarmos no potencial dos textos dessa área.

Ainda, respeitando a sequência dos capítulos, nos surpreendemos com tamanho fôlego de produção, que se encerra com texto na perspectiva histórica da constituição da publicidade e propaganda, o qual entrega o leitor para um outro capítulo, ao amarrar bem esta produção com os desafios da constituição do projeto pedagógico do curso de publicidade.

Uma leitura recomendada e assinada pelos autores Cesar Beras, Denise Teresinha da Silva, Gabriel Sausen Feil, João Antônio Pereira, Juliana Zanini Salbego, Livia Freo Saggin, Marcelo da Silva Rocha, Renata Corrêa Coutinho e Merli Leal Silva que merece o reconhecimento por marcar a contribuição deste curso para a região.

André Iribure  
Professor Associado Fabico  
Secretário de Comunicação  
UFRGS  
Junho de 2018