

Relato de Experiência

Descobrimo o “Geoparque Quarta Colônia”: um relato de experiência em espaços não-formais com estudantes de graduação em publicidade e propaganda da UFSM

Discovering the “Geoparque Quarta Colônia”: an experience report in non-formal spaces with undergraduate students in Social Communication - Advertising at UFSM

Descubriendo el “Geoparque Quarta Colônia”: relato de experiencia en espacios no formales con estudiantes de graduación en Comunicación Social - Publicidad de la UFSM

Mondini Ozorio de Souza¹ , Juliana Petermann¹ 

¹ Universidade Federal de Santa Maria , Santa Maria, RS, Brasil

RESUMO

Este trabalho apresenta um relato de experiência como metodologia de ensino em espaços não-formais, a partir de uma visita guiada no território do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO com estudantes do curso de graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Foram feitos registros audiovisuais e aplicação de *briefing* a fim de elaborar uma campanha publicitária do Geoparque. Como resultados, realizamos uma discussão teórica dos conceitos referentes ao uso de espaços não-formais em práticas de ensino, detalhamos a nossa experiência e apresentamos os produtos e peças publicitárias desenvolvidos pelos alunos.

Palavras-chave: Espaços não-formais de educação; Geoparque Quarta Colônia; Ensino de publicidade; Criação publicitária; Campanha publicitária

ABSTRACT

This work presents an experience report as a teaching methodology in non-formal spaces, based on a guided tour of the territory of the “Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO” with students from the undergraduate course in Social Communication - Advertising at the Federal University of Santa Maria (UFSM). Audiovisual recordings and *briefings* were carried out in order to develop an advertising

campaign for the Geopark. As a results, we carried out a theoretical discussion of the concepts relating to the use of non-formal spaces in teaching practices, we detailed our experience and presented we the products and advertising pieces developed by the students.

Keywords: Non-formal educational spaces; Geoparque Quarta Colônia; Advertising teaching; Publicity creation; Advertising campaign

RESUMÉN

Este trabajo presenta un relato de experiencia como metodología de enseñanza en espacios no formales., a partir de una visita guiada en el territorio del “Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO”, con estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social - Publicidad de la Universidad Federal de Santa María (UFSM). Se aplicaron grabaciones audiovisuales y sesión informativa para desarrollar una campaña publicitaria del Geoparque. Como resultados, realizamos una discusión teórica de los conceptos relativos al uso de espacios no formales en las prácticas docentes, detallamos nuestra experiencia y presentamos los productos y piezas publicitarias desarrolladas por los estudiantes.

Palabra-clave: Espacios educativos no formales; Geoparque Quarta Colônia; Enseñanza de publicidad; Creación de publicidad; Campaña de publicidad

1 INTRODUÇÃO

Expandir o espaço da sala de aula, possibilitar o contato com diferentes sujeitos, culturas e ambientes, promover reflexões e aplicar os conhecimentos aprendidos. Foi com esse propósito que elaboramos a experiência relatada neste trabalho, a partir da adoção de espaços não-formais como estratégia de ensino.

A proposta constitui-se de uma visita guiada pelo território do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO com discentes de graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), tendo o apoio da Pró-Reitoria de Extensão da UFSM e do Projeto 4C Lab - Observatório e Laboratório de Marcas da Quarta Colônia para a sua realização. A atividade faz parte da disciplina Criação Publicitária, ofertada no 1º semestre do curso, e ministrada pelos autores do presente trabalho, cujo objetivo era coletar elementos para a elaboração de uma campanha publicitária de divulgação do Geoparque. Foram feitos registros em fotos, vídeos e textos pelos participantes e aplicação de questionário com *briefing*¹.

¹Trata-se de um documento organizado por meio de perguntas, onde constam informações sobre a empresa, marca ou instituição, além do potencial público-alvo e qual é a mensagem principal a ser transmitida.

Para a atividade em campo, foi elaborado um roteiro personalizado, sob supervisão e acompanhamento direto de uma turismóloga da Subdivisão de Geoparques da UFSM. No total foram sete horas de atividades, com visita a quatro municípios da Quarta Colônia: São João do Polêsine, Faxinal do Soturno, Restinga Sêca e Silveira Martins. O tour possibilitou aos estudantes entrarem em contato com importantes elementos da paleontologia local, gastronomia, paisagem e vida cultural.

A seguir, apresentamos os elementos teóricos constituintes para refletir sobre aspectos relacionados ao conceito de espaços não-formais e sua aplicação no contexto da formação em publicidade, descrevemos os procedimentos para a realização das atividades, os resultados e nossas considerações a partir da experiência vivida.

2 O ENSINO ALÉM DA SALA DE AULA NO CONTEXTO DA FORMAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Repensar o ensino no século XXI é tão importante quanto identificar novas competências e habilidades que os estudantes precisam desenvolver competências e habilidades para além da sala de aula. É evidente que as abordagens tradicionais, que enfatizam a memorização ou a aplicação de procedimentos simples, não incentivam o desenvolvimento de habilidades de pensamento crítico ou a autonomia do discente (Soffner, 2020).

As teorias da aprendizagem, com base em múltiplos campos do saber, nos mostram que as pessoas aprendem de maneiras diferentes, logo o desafio docente é descobrir quais abordagens são mais eficazes para ajudá-las a aprender. Pesquisas como as de Barron e Darling-Hammond (2008) indicam que algumas formas de pedagogia inovadoras incluem estratégias de aprendizagem personalizadas e colaborativas em ambientes que possam contribuir com o desenvolvimento e domínio das competências e habilidades do ensino e assim promover a qualidade da educação. Nesse sentido, observar, testar e avaliar diferentes tendências de

ensino seria um caminho de promoção dessas melhorias e valorização do discente no processo de ensino-aprendizagem.

Da mesma forma que as tecnologias estão cada vez mais presentes no ambiente escolar, diferentes tendências e inovações surgem com a proposta de melhorar a educação e promover mudanças no ensino no século XXI, a exemplo de experiências envolvendo os conceitos de ensino híbrido, *big data*, *gamification*, *design* centrado na educação, *Design Thinking* (DT), entre outros. Os recursos existem, estão disponíveis e podem ser aplicados em sala de aula, porém, isso não pode ser feito sem planejamento e sem considerar os principais beneficiados no processo educacional: “antes de se modernizarem as escolas, é fundamental que sejam compreendidos aqueles que são os maiores interessados nisso tudo: os estudantes” (Prado, 2015, p. 3).

Um caminho para este diálogo é promover metodologias de ensino que situem o aluno ao centro do processo, valorizem a aprendizagem participativa, incitem a autonomia e a construção do conhecimento dentro e fora da sala de aula. Parte dessas proposições podem ser observadas no pensamento de Blikstein (2011), ao defender que a escola do século XXI é a escola da inventividade, da igualdade, criatividade e autodeterminação.

Sendo assim, a educação no século XXI deverá ser uma educação ao longo da vida, que se preocupe com a formação do cidadão, da pessoa em seu sentido amplo, e não somente com a formação profissional. Essas questões encontram legitimidade em uma proposta da Comissão Internacional sobre a Educação para o século XXI da Unesco², que dá enfoque à aprendizagem a partir de quatro pilares: aprender a conhecer, aprender a fazer, aprender a ser e aprender a viver junto, os quais descrevemos a seguir (Delors *et al.*, 2001).

Aprender a conhecer é um pilar que tem como pano de fundo o prazer de compreender, de conhecer e de descobrir. Supõe aprender para aprender exercitando a atenção, a memória e o pensamento. Uma das tarefas mais importantes no processo

²Para mais detalhes sobre os quatro pilares da UNESCO para educação para o século XXI, acesse o relatório: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000109590_por. Acesso em 18 de julho de 2025.

educacional, hoje, é ensinar como chegar à informação. Parte da consciência de que é impossível estudar tudo, de que o conhecimento não cessa de progredir e se acumular. Então, o mais importante é saber conhecer os meios para se chegar até ele.

O segundo pilar, aprender a fazer, significa que a educação não pode aceitar a imposição de opção entre a teoria e a técnica, o saber e o fazer. O terceiro pilar, aprender a ser, foi preconizado pelo Relatório Edgar Faure³, preparado para a Unesco, na década de 1970. Reflete que o mundo atual exige de cada pessoa uma grande capacidade de autonomia e uma postura ética. Considera-se que os atos e as responsabilidades pessoais interferem no destino coletivo. Refere-se ao desenvolvimento dos talentos do ser humano: memória, raciocínio, imaginação, capacidades físicas, sentido estético, facilidade de comunicação com os outros, etc.

Por fim, não mesmo importante e não necessariamente seguindo essa ordem, aprender a viver junto é considerado uns dos pilares mais importantes do processo educativo desses novos tempos. Ressalta a interdependência do mundo moderno e a importância das relações. Tudo está interligado e os acontecimentos podem afetar a todos de uma forma ou de outra.

Como possibilidade de atender a essas novas dinâmicas, os espaços não-formais na educação apresentam-se como uma importante estratégia de ensino a ser utilizada por docentes no processo educativo, visando dinamizar a aula, despertando no discente o interesse e a curiosidade, e, assim, direcionando-o a uma aprendizagem com mais significados em sua experiência individual (Arruda *et al.*, 2021).

Apesar de diversos estudos abordarem contribuições dos espaços não-formais no ensino, ainda não existe um consenso sobre um possível conceito entre educação formal e não-formal entre os pesquisadores da área. Neste trabalho, optamos pela definição proposta por Faria, Jacobucci e Oliveira (2011) de que espaços formais de educação dizem respeito a ambientes normatizados, e os não-formais se relacionam àqueles que ocorrem em ambientes e situações interativas,

³Para o relatório completo, acesse: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000129766>. Acesso em 18 de julho de 2025.

construídos coletivamente, com participação opcional dos indivíduos. Em outros termos, a educação formal seria aquela ligada ao espaço escolar, e a não-formal ocorre em ambientes fora da escola, como museus, centros de ciências e zoológicos, por exemplo (Gohn, 2014).

Os espaços considerados não-formais são ambientes fora da instituição escolar podendo ser classificados em institucionalizados ou não. Nos espaços institucionalizados incluem-se espaços regulamentados que contêm equipe técnica encarregada pelas atividades a serem efetuadas, tais como museus, parques ecológicos, institutos de pesquisa, zoológicos, aquários, jardins botânicos, entre outros.

Os espaços ditos não institucionalizados são aqueles onde estão ausentes estruturas institucionais, sendo possível ainda, adotar práticas educativas. Tem-se como exemplos: teatro, parque, casa, rua, praça, cinema, praia, caverna, rio, lagoa, campo de futebol, entre outros. Nos espaços não-formais, a identidade do profissional de educação é representada pelos monitores ou facilitadores, colegas ou mesmo os discentes, sendo necessário planejamento ao se fazer uso de o espaço não-formal para poder explorar possibilidades de um estudo aprofundado, propiciando aos discentes conhecimentos sobre o que se pretende ensinar.

Neste trabalho, abordamos a utilização de espaços não-formais no contexto da formação em Publicidade e Propaganda, especificamente na disciplina de Criação Publicitária, que representa múltiplos desafios dadas às transformações do campo publicitário e se faz presente sob diferentes nomenclaturas e objetivos convergentes nos cursos de graduação, levando-nos a repensar práticas, novos campos de atuação profissional, habilidades e competências (Hansen, Pertermann, Correa, 2020).

Corroborando com as mudanças e desafios para o ensino neste século, Yarzabal (1999) acrescenta que, hoje, o conhecimento é interdisciplinar, centrado no problema, não na disciplina; deslocou-se dos círculos acadêmicos para aproximar-se dos círculos produtivos e sociais. Isso rompe a visão tradicional de sala de aula e nos aproxima de experiências a exemplo dos espaços não-formais, que possibilitem

ao discente o contato com diferentes ambientes, a construção de conhecimento, o compartilhamento de experiências e saberes aplicáveis em sua vida pessoal e futuramente profissional. Mediante o exposto, apresentamos nossa experiência de ensino a fim de verificar a aplicação desses conceitos.

3 DESCOBRINDO O GEOPARQUE QUARTA COLÔNIA

Durante a disciplina Criação Publicitária no curso de graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UFSM, no 1º semestre de 2022, propomos à turma uma atividade de desenvolvimento de projetos publicitários utilizando o *Design Thinking* (DT)⁴. Uma das equipes recebeu como tarefa a proposta de criar uma campanha publicitária para o território do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, a fim de divulgar seu potencial turístico e características diferenciadoras, naquele período ainda Aspirante Unesco. O *briefing* inicial trazia como tema: “Isso é Geoparque”.

A partir da aplicação das fases do DT, sentiu-se a necessidade de ir à campo para conhecer melhor o território do Geoparque, entrevistar pessoas e entrar em contato com a cultura local. Assim, solicitamos o apoio da Pró-Reitoria de Extensão da UFSM por meio da Subdivisão de Geoparques da UFSM e do Projeto 4C Lab - Observatório e Laboratório de Marcas da Quarta Colônia. Para a vivência, foi elaborado um roteiro personalizado, sob supervisão e acompanhamento direto de uma turismóloga da universidade. No total, foram sete horas de atividades, com visita a quatro municípios integrantes da Quarta Colônia: São João do Polêsine, Faxinal do Soturno, Restinga Sêca e Silveira Martins.

O *tour* iniciou logo pela manhã, com saída da UFSM em destino ao município de São João do Polêsine, sendo a primeira visita ao Centro de Apoio à Pesquisa Paleontológica (CAPPA)⁵. Fomos recebidos no espaço por uma paleontóloga, que nos

⁴*Design Thinking* (DT) – pensamento do *design* em uma tradução não literal – é o termo utilizado para se referir ao processo de pensamento crítico e criativo, que possibilita a organização de ideias de modo a estimular tomadas de decisão e a busca por soluções para problemas. Não se trata de um método específico, mas sim de uma forma de abordagem que utiliza um conjunto de ferramentas para o desenvolvimento de projetos. Para esta proposta de aplicação, utilizamos o modelo de DT proposto por Vianna *et al.* (2012).

⁵Para conhecer mais sobre o CAPPA, acesse: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/ccne/cappa/>. Acesso em 18 de julho de 2025.

apresentou o rico acervo local e as pesquisas desenvolvidas pelo Centro, que está instalado em uma área formada por afloramentos de rochas do Triássico, abundantes em fósseis de vertebrados, invertebrados, plantas e icnofósseis.

Ainda no CAPPA, antes de iniciarmos a visita, os discentes tiveram um momento de diálogo com a turismóloga que nos fez uma apresentação geral sobre o território do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO⁶, formado por nove municípios da região central do Rio Grande do Sul: Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Sêca, São João do Polêsine e Silveira Martins. Também participaram desse momento a secretária executiva do Consórcio de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia (Condesus)⁷ e a vice-diretora do CAPPA naquele período. Os discentes tiveram a oportunidade de aplicar o *briefing* com as entrevistadas, coletando informações importantes para a elaboração da campanha, além de curiosidades sobre o local e a importância do trabalho do comitê gestor para o Geoparque conseguir a certificação mundial da UNESCO.

Na sequência, seguimos para Ermida São Pio, em Faxinal do Soturno, localizada no alto do Cerro Comprido, com seus 528 metros de altitude. A intenção era contemplar toda a paisagem da Quarta Colônia, mas devido às condições do tempo (com muita neblina), não foi possível observar em sua totalidade. Em seguida, partimos para Restinga Sêca, tendo como destino a Estação Férrea municipal⁸. Fomos recepcionados pela diretora de cultura e turismo do município, que conduziu a visita apresentando os aspectos históricos da estação e sua importância para a cidade. Também pudemos visitar uma exposição de arte no local, com peças de autoria da artista plástica Sther Teixeira, que usa técnicas como pintura, desenho, xilogravura, gravura em metal e resina. A exposição também era sensorial e os discentes puderam interagir com algumas obras.

Encerramos o *tour* em Silveira Martins, ao final da tarde, com visita à UFSM Silveira Martins, ao Museu do Imigrante e ao Centro de Documentação e Memória

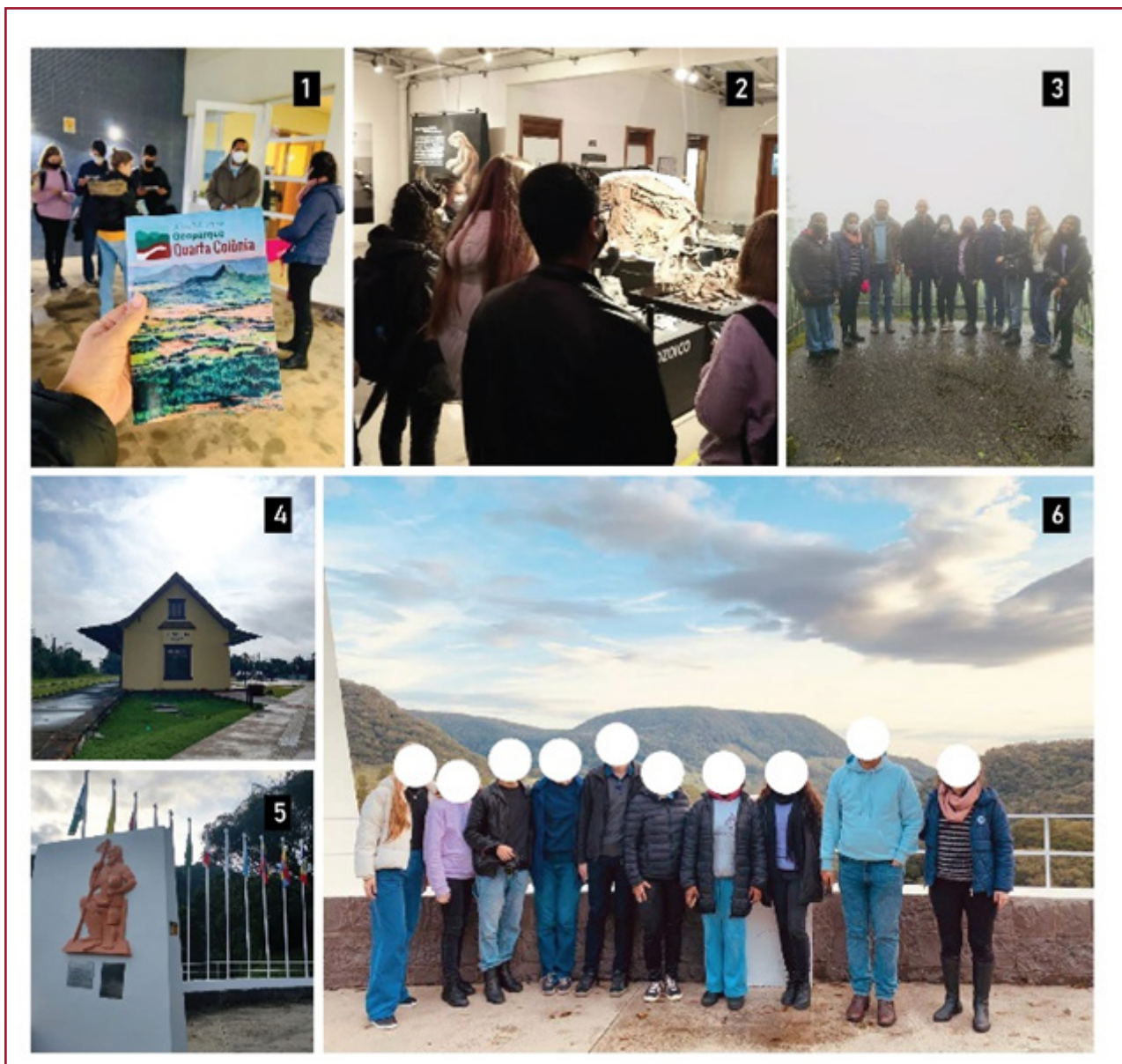
⁶Mais informações sobre o Geoparque Quarta Colônia podem ser consultas em seu site oficial: <https://www.geoparquequartacolonia.com.br/home>. Acesso em 18 de julho de 2025.

⁷Disponível em: <https://www.condesusquartacolonia.com.br/>. Acesso em 18 de julho de 2025.

⁸Para saber mais sobre a Estação Férrea de Restinga Sêca, acesse: <https://www.restingaseca.rs.gov.br/o-municipio/a-estacao-ferroviaria>. Acesso em 18 de julho de 2025.

(CDM)⁹. Nossa última parada foi no Monumento do Imigrante, que foi erigido em homenagem ao centenário da colonização italiana na região, iniciada em 1877. No local, foi possível observar uma bela vista de todo o seu entorno. Durante todo o trajeto foram feitos registros em fotos, vídeos e textos pelos participantes, conforme representado na figura 1.

Figura 1 – Fotos da visita ao Geoparque Quarta Colônia



Fonte: Os autores (2022)

⁹Disponível em: <https://www.ufsm.br/laboratorios/corpus/centro-de-documentacao-e-memoria>. Acesso em 18 de julho de 2025.

Conforme figura 1, apresentamos as legendas: 1) Recepção e entrevista no CAPP; 2) Visita guiada com paleontóloga do CAPP; 3) Ermida São Pio, em Faxinal do Soturno, coberto pela neblina; 4) Estação Férrea de Restinga Sêca; 5) Detalhe do Monumento do Imigrante, em Silveira Martins; 6) Foto coletiva da equipe que participou da visita: discentes, docentes e turismóloga responsável pelo roteiro.

Importante salientar que apesar da visita ter sido realizada em um período de chuvas na região, foi possível seguir todo o cronograma e o planejamento de ensino. Os discentes realizaram a coleta dos materiais necessários para a campanha (fotos, vídeo e texto) e, da perspectiva docente, foi possível observar elementos importantes sobre o uso de espaços não-formais como estratégia de ensino.

4 DESCOBRINDO O GEOPARQUE QUARTA COLÔNIA

Como resultado da experiência, os estudantes desenvolveram uma campanha de vídeos voltada ao público local do território do Quarta Colônia Geoparque Mundial da UNESCO, com o objetivo de demonstrar as potencialidades da região e despertar o sentimento de orgulho e pertencimento. A campanha também foi composta por peças de apoio: spot, postagens para redes sociais, *outdoor* e cartazes. Para o vídeo, foi criada a personagem Dona Nona, uma senhora de 65 anos, que representa a identidade da gastronomia local, com forte descendência italiana. Os estudantes fizeram a ilustração da personagem e *storyboard* (figura 2) e o roteiro do vídeo, apresentado no Quadro 1.

Figura 2 – Personagem Dona Nona e Storyboard



Fonte: Elaborado pelos estudantes (2022)

Quadro 1 – Roteiro do vídeo

O barulho do fogo crepitando no fogão. O cheiro da polenta enchendo a cozinha. São essas as primeiras lembranças que tenho.

A cozinha, assim como o resto da casa, tinha suas paredes formadas por tijolos feitos pelos próprios moradores. Pai, mãe e até os filhos ajudando na construção da casa.

A cozinha sempre foi diferente. Depois de um dia de trabalho, os ingredientes frescos, cultivados por nós mesmos, se tornavam nossa refeição.

A união entre a família ia desde a colheita até o preparo.

O conhecimento de cada parte do processo passava dos mais velhos para os mais novos, e assim era o nosso dia-a-dia.

Hoje já não se fazem os próprios tijolos para construir a casa. As coisas são feitas de um modo diferente. Mas a cozinha continua nos unindo.

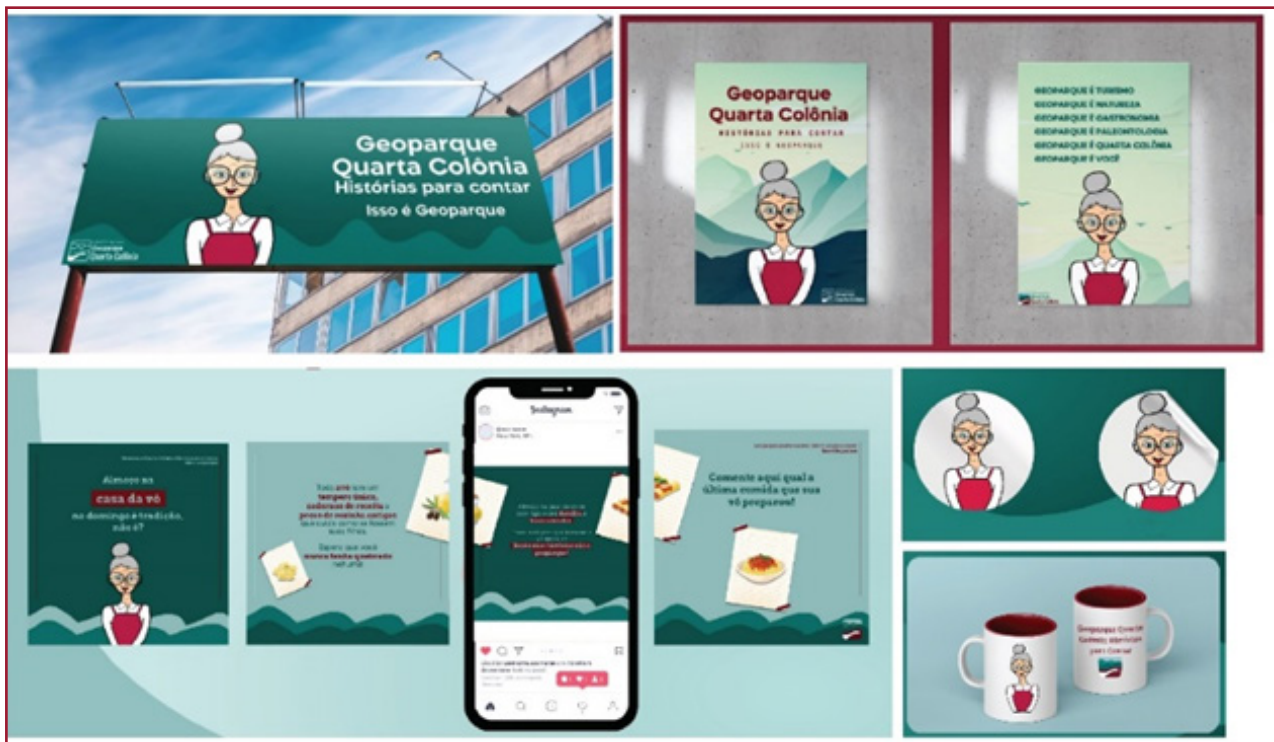
Da Volksfest à Semana do Município de Dona Francisca; das festas típicas de Nova Palma à Semana Cultural de Vale Vêneto, a comida continua nos acolhendo.

O calor da cozinha continua aquecendo nossas refeições e trazendo pessoas de longe para perto. Isso é gastronomia. Isso é Geoparque.

Fonte: Elaborado pelos estudantes (2022)

Ainda como resultado, apresentaram uma proposta de *outdoor*, cartazes, adesivos e uma caneca personalizada. Esses produtos estão representados na figura 3.

Figura 3 – Peças Publicitárias



Fonte: Elaborado pelos estudantes (2022)

Para desenvolvimento das peças e produtos, foram realizados oito encontros presenciais na disciplina de Criação Publicitária, sendo: dois para trabalhar os aspectos introdutórios do Design Thinking (DT), dois para fase 01 (imersão – pesquisa e análise de dados); dois para a fase 2 (ideação – geração de ideias) e dois encontros para a fase 03 (prototipação – elaboração dos produtos). Os encontros das fases foram divididos entre teóricos e práticos e, ao final de cada um deles, eram apresentados os resultados parciais. Houve momentos de orientações individuais aos grupos e de livre experimentação com o uso de diferentes técnicas e ferramentas do DT para a construção dos projetos, muitas delas aplicadas em campo, como foi aqui detalhado.

Na imersão preliminar, a equipe realizou uma pesquisa bibliográfica por meio de sites e redes sociais oficiais do Geoparque. Depois realizam uma imersão em profundidade, onde entrevistaram uma aluna bolsista de projeto vinculado ao Geoparque; aplicação de questionários junto à comunidade acadêmica da UFSM para saber se conheciam o Geoparque; também entrevistaram moradores de município da Quarta Colônia, uma professora de História e funcionários do CAPPA. Toda essa coleta de dados fez parte da etapa de ideação, com a geração das ideias, e construção dos propósitos apresentados anteriormente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente experiência possibilitou expandir o espaço da sala de aula, a partir do contato com diferentes territórios e personagens, culturas e ambientes, além de promover reflexões e aplicar os conhecimentos apreendidos. Como resultado dessas aplicações, apresentamos o relato de uma ação educativa em espaços não-formais, por meio de uma visita guiada pelo Geoparque Quarta Colônia com estudantes de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Ainda que a visita possibilitasse o acesso a ambientes de livre experimentação, primeiramente foi necessário o planejamento de ensino alinhado ao planejamento do

roteiro turístico, feito por uma profissional especializada. Esse alinhamento oportunizou explorar as potencialidades de conhecimento do território do Geoparque, com acesso a informações e esclarecimentos fundamentais para a elaboração do *briefing*.

Um ponto a ser ressaltado é que alguns participantes da viagem de estudos embora morem no território do Geoparque Quarta Colônia, ainda não conheciam todos os pontos turísticos visitados e sua importância enquanto Aspirante Unesco. Isso evidenciou a necessidade da realização de atividades além do ambiente escolar, com vistas a promover o contato com diferentes espaços e a cultura local. Assim, a experiência vivida pelos discentes possibilitou o encontro com importantes elementos da paleontologia local, gastronomia, paisagem e vida cultural.

Como resultado da experiência, podemos observar que os espaços não-formais educativos contribuem positivamente no processo de ensino e aprendizagem, por oportunizar momentos prazerosos, dinâmicos e difusores de conhecimentos, complementando assim, o ensino de sala de aula.

A experiência se mostrou exitosa, tendo em vista que o que se nota é que esses espaços possibilitam para as escolas e seus educandos e educadores, um conjunto de atividades, em que a socialização é muito presente, o aumento do conhecimento é agregado e a utilização do mesmo se torna real e possível, além da aprendizagem passar a ser totalmente significativa.

AGRADECIMENTOS

Nossos agradecimentos à Pró-Reitoria de Extensão da UFSM e à equipe do Projeto 4C Lab - Observatório e Laboratório de Marcas da Quarta Colônia para a realização da atividade e aos alunos participantes.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, A. L.; ALMEIDA, C. A.; COSTA, I. F.; ALMEIDA, L. A. M. O; LUZ, N. A.; SANTOS, V. C. S. Espaços não-formais na educação. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e**

Educação. São Paulo, vº. 7, nº. 9, p. 1370-1380, set. 2021. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/2360>. Acesso em: 20 nov. 2022.

BARRON, B., & DARLING-HAMMOND, L. Teaching for meaningful learning: A review of research on inquiry-based and cooperative learning (PDF). **Powerful Learning: What We Know About Teaching for Understanding**. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 2008. Disponível em: <http://www.sciepub.com/reference/93445>. Acesso: 22 nov. 2022.

BLIKSTEIN, P. O mito do mau aluno e porque o Brasil pode ser o líder mundial de uma revolução educacional. In: Nakahodo, S. (Ed.). **Brasileiros Globalizados**, 2011. Disponível em: <http://www.blikstein.com/paulo/book.html>. Acesso em: 20 nov. 2022.

DELORS, J. et al. **Educação: um tesouro a descobrir** – 5ª ed. – São Paulo: Cortez: Brasília, DF: MEC: UNESCO, 2001.

FARIA, R. L; JACOBUECCI, D. F. C.; OLIVEIRA, R. C. Possibilidades de ensino de botânica em um espaço não-formal de educação na percepção de professoras de ciências. **Revista Ensaio**. Belo Horizonte, vº. 13, nº. 01, p. 87-104, jan-abr, 2011. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/ensaio/article/view/33633>. Acesso em: 20 nov. 2022.

GOHN, M. G. Educação Não-formal, Aprendizagens e Saberes em Processos Participativos. **Revista Investigar em Educação**, nº 1, 2014. Disponível em: https://epale.ec.europa.eu/sites/default/files/goehn_2014.pdf. Acesso em: 20 nov. 2022.

HANSEN, F.; PETERMANN, J.; CORREA, R. **Criação Publicitária: desafios no ensino**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

PRADO, A. **Entendendo o aluno do XXI: e como ensinar a essa nova geração**. São Paulo: Geekie, 2015. E-book.

REIS, E. F.; SOUSA, M. F. C.; ALVES, D. S.; PINHO, M. I. M.; RIZZATTI, I. M. Espaços não formais de educação na prática pedagógica de professores de ciências. **Revista REAMEC**. Cuiabá - MT, vº. 7, nº. 3, p. 23-36, set-dez, 2019. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/reamec/article/view/8265> . Acesso em: 20/11/2022.

SOFFNER, R. K. **Competências do Século 21**. Pesquisa e Debate em Educação, 4(1), 15-31, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/RPDE/article/view/31994>. Acesso: 22 out. 2022.

VIANNA, M. et al. **Design Thinking: Inovação em negócios**. Rio de Janeiro, MJV Press, 2012. E-book.

YARZÁBAL, L. Consenso para el cambio en la educación superior. Caracas: **Unesco**, IESALC, 1999.

CONTRIBUIÇÕES DOS AUTORES

Mondini Ozorio de Souza

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Graduado em Produção Publicitária pelo Centro Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (CEFET-AM), atual Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amazonas (IFAM), pós-graduado em Marketing Estratégico pela Universidade de São Paulo (USP) e Mestre em Ensino Tecnológico pelo Mestrado Profissional em Ensino Tecnológico (MPET-IFAM).

<https://orcid.org/0000-0003-3534-8106> • amarinildo@gmail.com

Contribuição: Conceitualização, Escrita

Juliana Petermann

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Possui graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Santa Maria (2003), mestrado em Linguística Aplicada pela Universidade Federal de Santa Maria (2006).

<https://orcid.org/0000-0003-1739-3843> • petermann@ufsm.br

Contribuição: Conceitualização, Escrita

COMO CITAR ESTE ARTIGO

SOUZA, A. O.; PETERMANN, J. Descobrindo o Geoparque Quarta Colônia: um relato de experiência em espaços não-formais com estudantes de graduação em publicidade e propaganda da UFSM. **Experiência. Revista Científica de Extensão**. DOI: <https://doi.org/10.5902/2447115189288> Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/experiencia/article/view/89288>. Acesso em: xx/xx/xxxx.

EDITORA CHEFE

Cláudia Regina Ziliotto Bomfá