

Aprendizagem para criatividade: o festival de economia criativa como ecossistema de construção colaborativa

*Learning for creativity: the creative economy
festival as an ecosystem for collaborative construction*

Patrícia Lima¹ , Clarissa Motter¹ 

RESUMO

A aprendizagem criativa constitui-se como uma abordagem pedagógica que valoriza o protagonismo discente, a experimentação e a construção colaborativa do conhecimento. Alinhada aos princípios da cultura *maker*, essa perspectiva propõe o “aprender fazendo” como eixo central do processo educativo, promovendo ambientes nos quais a prática, o erro e a coautoria são compreendidos como parte essencial da aprendizagem significativa. Nesse contexto, este artigo objetiva investigar como a integração de aprendizagem criativa e cultura *maker* pode potencializar a formação universitária, tendo como objeto de análise o Festival da Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB). Desenvolvido no âmbito dos cursos de graduação e do Programa de Pós-Graduação em Inovação em Comunicação e Economia Criativa da UCB, o evento constitui-se como um laboratório vivo de experimentação, no qual ensino, pesquisa e extensão se articulam em práticas colaborativas e interdisciplinares. As atividades configuram espaços de criação coletiva e resolução de desafios reais. A experiência promove a interaprendizagem de diferentes níveis de formação e fomenta a integração de arte, tecnologia e inovação, princípios reafirmados no que se acredita ser uma prática para educação e aprendizagem criativas. Utilizando-se da pesquisa descritiva, com análise documental, a investigação aqui apresentada permite concluir que o Festival da Economia Criativa materializa os princípios da aprendizagem criativa em processos de formação e autoformação, transformando o espaço universitário em um ecossistema dinâmico de inovação, colaboração e produção de conhecimento, no qual a articulação saber/fazer iniciada em sala de aula se materializa na construção de saberes coletivos e de soluções reais.

Palavras-chave: Aprendizagem criativa. Cultura *maker*. Inovação. Economia criativa.

ABSTRACT

Creative learning is a pedagogical approach that values student protagonism, experimentation, and the collaborative construction of knowledge. Aligned with the principles of maker culture, this perspective proposes “learning by doing” as the central axis of the educational process, promoting environments in which practice, error, and co-authorship are understood as an essential part of meaningful learning. In this context, this article aims to investigate how the integration between creative learning and maker culture can enhance university education, using the Creative Economy Festival of the Universidade Católica de Brasília (UCB) as an object of analysis. Developed within the scope of undergraduate courses and the Postgraduate Program in Innovation in Communication and Creative Economy at UCB, the event constitutes a living laboratory of experimentation, in which teaching, research, and extension are coordinated in collaborative and interdisciplinary practices. The activities create spaces for collective creation and the resolution of real challenges. The experience promotes inter-learning between different levels of education and fosters the integration of art, technology, and innovation, principles that are

¹Universidade Católica de Brasília – Brasília (DF), Brasil. E-mails: claris.motter@gmail.com; patricialimajornalista@gmail.com
Recebido em: 11/10/2025. Aceito em: 25/02/2026

reaffirmed in what is believed to be a practice for creative education and learning. Using descriptive research with document analysis, the investigation presented here concludes that the Creative Economy Festival embodies the principles of creative learning in training and self-training processes, transforming the university space into a dynamic ecosystem of innovation, collaboration, and knowledge production, in which the articulation of knowledge and practice initiated in the classroom materializes in the construction of collective knowledge and real solutions.

Keywords: *Creative learning. Maker culture. Innovation. Creative economy.*

INTRODUÇÃO

A aprendizagem criativa emerge nas últimas décadas como abordagem pedagógica que valoriza o protagonismo do estudante, a experimentação e a construção colaborativa do conhecimento. Aprender de forma criativa significa pensar, agir e refletir explorando soluções inovadoras para problemas reais. A criatividade fica no centro do processo de aprendizagem (Resnick, 2017). Essa aprendizagem parte de quatro pilares: projetos, paixão, pares e pensamento lúdico, que acaba por promover um ambiente em que o aprender está intrinsecamente ligado ao fazer e à expressão pessoal.

Neste sentido, o artigo parte da perspectiva da educação *maker*, em que o processo da aprendizagem é “mão na massa”. O método representa a essência do movimento *maker*, que promove o protagonismo, assim, aprender por meio da prática oferece um processo de aprendizado dinâmico, em contraste com metodologias que seguem um caminho rigorosamente definido. A abordagem se baseia na experimentação, que é um princípio central da cultura do fazer, incentivando o estudante a crescer e a se apropriar dos novos conceitos que lhe são apresentados.

Sawyer (2006) entende a criatividade como um processo colaborativo e emergente, em que novas ideias surgem da interação de indivíduos em contextos socialmente significativos. Segundo o autor, ambientes educacionais criativos devem favorecer a improvisação, o diálogo e a coautoria, rompendo com a lógica transmissiva do ensino tradicional.

Assim, o objetivo deste artigo é analisar como a criatividade aplicada ao contexto educacional pode promover produção, capacidade de gerar novas conexões, combinações e significados por meio dos conhecimentos postulados, no caso aqui analisado, no ensino, pesquisa e extensão. Nesse contexto, trazemos para o cerne da nossa investigação o Festival da Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB)¹, que é desenvolvido no âmbito dos cursos de graduação em Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Inovação em Comunicação e Economia Criativa. Aqui a aprendizagem criativa se insere como um ecossistema

¹ As edições de 2024 e 2025 do evento foram realizadas com financiamento da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF).

que mobiliza o conhecimento de diversos cursos e níveis de formação em torno da resolução de desafios reais e do compartilhamento de conhecimento e experiências.

A presença de estudantes de graduação e pós-graduação no mesmo ambiente amplia as possibilidades de interaprendizagem, sendo o conhecimento construído de forma horizontal e colaborativa.

Essa concepção aproxima-se do que Morin e Moigne (2000) denomina de pensamento complexo, isto é, a necessidade de integrar saberes fragmentados e compreender o conhecimento como rede interconectada, considerando a educação como prática reflexiva, relacional e sistêmica. Nessa perspectiva, o fluxo unidirecional e hierárquico de saber é substituído por uma rede de trocas na qual seus integrantes são simultaneamente sujeitos aprendentes e ensinantes. Expressando os princípios dialógico e recursivo, propostos por Morin e Moigne (2000), a produção do conhecimento que abarca a complexidade das relações propõe o diálogo como um espaço de tensão criativa envolvendo diversas perspectivas, em que as divergências são vistas como fontes de enriquecimento cognitivo em um processo coletivo de integração. Nesse sentido, a aprendizagem criativa evidencia, ainda, a circularidade do processo ensino-aprendizagem, que se renova continuamente por meio das próprias interações.

No Festival, esse processo apresenta-se de forma significativa, pois o evento une a formação e a investigação partindo de práticas *makers*, que possibilitam um trabalho interdisciplinar, proporcionando criação e produção que são provenientes do objetivo e do desejo individual ou coletivo dos atores. O espaço gerado pelo Festival da Economia Criativa busca, assim, estimular a colaboração e o compartilhamento das vivências de ensino inter e transdisciplinares articuladas no âmbito da pesquisa e da extensão e tendo como foco o exercício da criatividade e da inovação.

A pesquisa descritiva com análise documental que será apresentada a seguir indica o caráter agregador e inovador do evento, evidenciando, em torno do Festival, a articulação e a interaprendizagem dos cursos de Comunicação e dos demais cursos da UCB e entre esta e a comunidade externa. Fica evidenciado, nessa articulação, o protagonismo discente, bem como a dinâmica colaborativa e cocriativa dos agentes acadêmicos e dos demais atores da economia criativa local externos à universidade.

REFLEXÕES CONCEITUAIS: APRENDIZAGEM PARA CRIATIVIDADE

O movimento *maker* foi impulsionado por Dale Dougherty (2016), fundador da revista *Make*, e ganhou força no campo educacional por meio da criação dos *Fabrication Labs* do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (FabLabs no MIT), em 2002, que posteriormente inspiraram o projeto Iniciativa Educacional Internacional, originado no *Transformative Learning Technologies Lab* (TLTL) da Universidade Stanford (FabLearn) (Blikstein, 2016). Esses espaços físicos ou virtuais promovem a cultura do compartilhamento e da coautoria, aproximando a educação de práticas tecnológicas, digitais e colaborativas.

Na visão de Blikstein (2018), a cultura *maker* democratiza o acesso à invenção e à experimentação, permitindo aos alunos aprender de forma significativa e

contextualizada. A aprendizagem *maker* é, portanto, uma ponte entre a teoria e a prática, integrando áreas como ciência, arte, *design* e tecnologia sob uma perspectiva interdisciplinar e criativa.

A abordagem também dialoga com Martinez e Stager (2013), que propõem o modelo *TMI* — *Think, Make, Improve* (“pensar, fazer e melhorar”), um ciclo contínuo de exploração e aprimoramento baseado na curiosidade e na experimentação. Nessa mesma linha, Resnick (2017) apresenta a espiral da aprendizagem criativa, sustentada em quatro princípios: projetos, paixão, pares e *play* (brincar), ressaltando o papel do prazer e da experimentação na construção do conhecimento, como já mencionado.

A concepção pedagógica *maker* fundamenta-se no construcionismo de Seymour Papert (1980), que defende o aprendizado como processo ativo de construção de conhecimento por meio da criação de artefatos significativos. Para o autor, o uso da tecnologia é mediador essencial dessa aprendizagem, pois permite a materialização de ideias e a socialização do conhecimento. De fato, na conjuntura que vivenciamos, o uso da tecnologia proporciona dinamicidade ao desenvolvimento das atividades. Desde a escola de educação básica ao ensino universitário, incluindo-se o de pós-graduação, acreditamos ser necessário vivenciar as inovações e suas tecnologias de maneira naturalizada.

Nesse contexto, poderíamos pensar a perspectiva da educação contemporânea, aqui trabalhada no nível do ensino superior, que vem sendo fortemente desafiada a repensar seus métodos e espaços de ensino diante das transformações sociais e tecnológicas acentuadas, especialmente, no período pós-pandemia. Nesse contexto, a educação *maker* surge como uma proposta pedagógica que valoriza o protagonismo discente e a aprendizagem ativa, pautada na experimentação e na cultura do “fazer para aprender” (Papert, 1980; Blikstein, 2013; Dougherty, 2016).

Partimos da construção do espaço *maker* como propulsor de desafios reais que estão baseados na resolução criativa dos problemas levantados pelos discentes e docentes. Blikstein e Worsley (2016) defendem que esse processo ou o mesmo modelo estimula o desenvolvimento de competências socioemocionais e autoconfiança. Quando articulada a soluções inovadoras e colaborativas, a aprendizagem criativa impulsiona a integração.

Assim, como defende Freire (1996), o aluno deve ser protagonista e o professor mediador. A ênfase da mediação parte da perspectiva de processos colaborativos dos atores. No que se refere ao Festival da Economia Criativa da UCB, a promoção da autonomia, da criatividade e do senso de pertencimento faz parte da proposta de construção pedagógica que atravessa a execução das práticas que envolvem a vivência da sala de aula até a culminância do evento. A construção crítica e coletiva do conhecimento, no âmbito da graduação e da pós-graduação, inicia-se, então, no ambiente pedagógico das disciplinas oferecidas no decorrer do semestre de realização do evento, movimentando o processo criativo para o desenvolvimento de ideias, produtos, soluções estratégicas mercadológicas e pesquisas científicas que possuam aderência ao campo da comunicação e da economia criativa.

Esse protagonismo discente evidenciado no Festival envolve dois processos convergentes, associados à educação formal:

- a formação do estudante no âmbito dos conteúdos e das competências trabalhados em sala de aula, com direcionamento pedagógico docente para a aprendizagem criativa e científica;
- a autoformação dos grupos envolvidos na realização do evento, envolvendo estudantes de graduação e pós-graduação, que propõem, protagonizam e vivenciam as atividades do evento, em uma troca de saberes que transcende a relação hierárquica ensino-aprendizagem/professor-aluno.

Tal abordagem educacional relaciona-se ao que Duran (2009) denomina de “formação de si próprio por si próprio”, em que os sujeitos possuem autonomia e papel central no próprio processo formativo. As oficinas promovidas por e para os próprios discentes e a organização da feira criativa, como será exposto adiante, refletem de forma significativa esse processo de autoformação.

A convergência entre processos educacionais (formativo e autoformativo) aponta, ainda, para uma construção rizomática do conhecimento (Deleuze; Guattari, 1995), em que o diálogo entre saberes prevalece de forma aberta, flexível, não hierárquica e multiconectável, já que o aprendizado adquirido em sala de aula se liga, muitas vezes de maneira inesperada, aos conhecimentos extracurriculares, resultando em exercícios criativos e inovadores ancorados nas realidades socioculturais e mercadológicas que movimentam a economia criativa. Os “Círculos da cultura”, propostos por Freire (1967), também dialogam com essa perspectiva, pois o autor propõe que, ao criar e recriar, os sujeitos que se “autoformam” assumem a condição de agentes de transformação da própria realidade, em um movimento circular/recursivo e aberto à interferência de outros círculos/comunidades no processo de aprendizagem.

Portanto, para detalhar essa abordagem, apresentamos a seguir uma sistematização das atividades desenvolvidas nas edições do Festival de Economia Criativa da UCB, destacando, por meio de abordagem descritiva e registros visuais, o caráter formativo e autoformativo do evento e seu potencial para movimentar a reflexão e a produção no campo da comunicação e da economia criativa.

FESTIVAL DA ECONOMIA CRIATIVA DA UCB: FORMAÇÃO, AUTOFORMAÇÃO E APRENDIZAGEM CRIATIVA

O Festival de Economia Criativa da UCB emerge como um espaço de materialização dos princípios de formação, autoformação e aprendizagem criativa na medida em que propõe um ambiente de aprendizado experiencial, interdisciplinar, transdisciplinar e inovador. O evento se configura como um laboratório vivo de experimentação criativa, no qual estudantes, docentes, artistas, empreendedores e membros da comunidade interna e externa se engajam em processos colaborativos de criação e reflexão. As atividades que compõem o evento como *hackathon*, oficinas, feiras autorais, mostras audiovisuais, atividades de *design* e

experiências imersivas em metaverso configuram-se como espaços onde o conhecimento é construído por meio da prática, da resolução de problemas reais e do diálogo entre saberes.

Ainda, no evento, busca-se a diversidade de linguagens e formatos de expressão. Ao reunir atividades que envolvem *design*, audiovisual, uma feira criativa, palestras, oficinas, mesas-redondas e apresentação de pesquisas acadêmicas, temos o fomento e o cruzamento de áreas e a transversalidade do pensar com o fazer. Essa característica reflete uma concepção ampliada de cultura *maker*, que ultrapassa o domínio tecnológico e se insere também nas práticas culturais e artísticas. Assim, o fazer criativo é entendido não apenas como construção de objetos ou soluções, mas como uma forma de intervenção simbólica e social, capaz de gerar pertencimento, diálogo e transformação.

A cada ano, a temática central do evento é pensada de forma colaborativa, por docentes e discentes diretamente envolvidos no evento. Em um primeiro momento, os docentes apresentam aos alunos as informações gerais sobre a edição do evento, tais como o período e uma prévia da programação com as atividades propostas. Aqui, a função dos educadores é dar alicerce material e pedagógico e impulsionar o trabalho criativo por parte dos discentes (processo formativo), que, mais do que colaboradores, se tornam, desde então, protagonistas no processo de criação, planejamento e realização do evento (autoformação).

Utilizando-se de métodos e técnicas criativas, tais como o *Design Thinking*, a primeira etapa do criar consiste na definição da temática que norteará o evento. Uma equipe formada por discentes, coordenada por integrantes das agências juniores de *Design Visual*, Publicidade e Jornalismo e supervisionada por professores, apresenta uma proposta de temática, articulando os conteúdos abordados nas disciplinas dos cursos e temas emergentes. O ponto de partida para a definição do tema em todas as edições do evento é economia criativa e suas interfaces, evidenciando a transversalidade dos processos de comunicação e o caráter transdisciplinar desse campo do conhecimento. Portanto, todas as atividades do evento se conectam conceitualmente na articulação com todas

as atividades e relações econômicas que envolvem geração de bens culturais, artísticos e inovadores (tecnológicos e científicos), resultantes da criatividade, ou seja, aquelas atividades que utilizam a criatividade, o capital intelectual e a inovação (bens passíveis de proteção, por meio de proteção intelectual), como insumo produtivo capaz de gerar empregos, renda e produção de bens e serviços (Kieling *et al.*, 2022, p. 5).

De acordo com a pesquisa Panorama da Economia Criativa no DF, desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação Profissional em Inovação em Comunicação e Economia Criativa da UCB, as atividades criativas acima referenciadas estão organizadas em Círculos Dinâmicos (Kieling *et al.*, 2022) e domínios criativos, conforme Figura 1.

No primeiro círculo (C1), estão as atividades criativas primárias, associadas ao trabalho dos artistas visuais, músicos independentes, escritores, *performers* de rua e artesãos. Essas práticas, nucleares no campo da criatividade, demandam redes de

Aprendizagem para criatividade: o festival de economia criativa como ecossistema de construção colaborativa

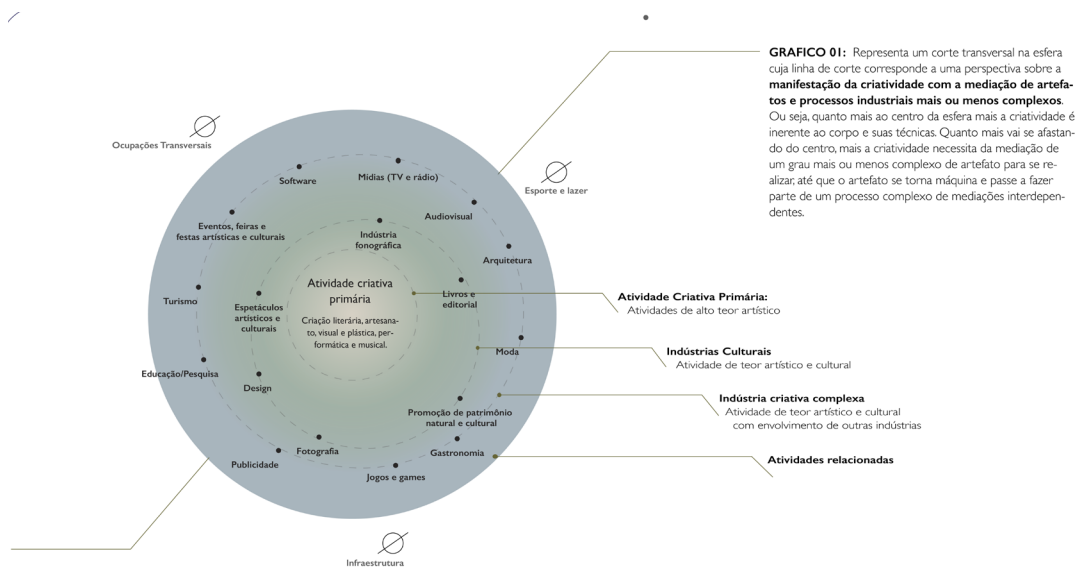


Figura 1. Círculos dinâmicos da economia criativa e seus domínios criativos.

apoio para se conectar a instâncias mais amplas de circulação e sustentabilidade. No segundo círculo (C2), estão as atividades que envolvem processos de mediação tecnológica e institucional, categorizadas em domínios criativos, como o *Design*, a *Fotografia*, a *Indústria Fonográfica* e de *Livros e editorial*. Já no terceiro círculo (C3), das indústrias criativas complexas, situam-se atividades de alta complexidade tecnológica e institucional, como o audiovisual, a publicidade, os eventos de grande porte, o turismo e a educação criativa. Essas atividades são capazes de amplificar a potência criativa inicial, incorporando-a em cadeias produtivas robustas, conectadas a mercados e redes globais. Por fim, o quarto círculo (C4), das atividades relacionadas, reforça a transversalidade do sistema, evidenciando que o fortalecimento do território criativo exige suporte logístico, de gestão e de financiamento.

Convém ressaltar que a organização dos domínios criativos em círculos dinâmicos não se dá de forma estanque e hierárquica. O distanciamento das atividades nucleares (atividades criativas primárias) não indica, portanto, menor aspecto cultural e artístico dos produtos, mas sim maior complexidade visto que, nos círculos mais distantes, há maior envolvimento de tecnologias diversas e diálogo com outras indústrias para produção, circulação e consumo de produtos culturais.

O Festival da Economia Criativa dialoga, portanto, diretamente com a base conceitual apresentada, evidenciando a reflexão sobre o exercício da criatividade e inovação no movimento entre esses diferentes domínios criativos, dentro e fora da universidade. O artesanato, a produção literária e musical, o audiovisual, a fotografia, a gastronomia, a arquitetura, a produção científica, dentre outros, são campos do conhecimento presentes no evento, com o desenvolvimento de atividades e trabalhos que envolvem os cursos de Cinema e Mídias Digitais, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, *Design Visual*, Gastronomia, Arquitetura, artesãos, artesãs e demais artistas da comunidade externa.

Nesse ponto, destacamos a segunda etapa do processo de cocriação, na qual, após a definição da temática, discentes e docentes revisam a prévia da programação, sugerindo ajustes e propondo a participação de palestrantes, instrutores e expositores. Com a equipe de definição do tema, entram aqui demais alunos e alunas, perfazendo mais de 60 discentes envolvidos na criação, planejamento e organização do evento, entre alunos de graduação e pós-graduação. A identidade visual do evento é apresentada pelas agências juniores, de forma a representar o tema abordado, e as atividades científicas (palestras, mesas-redondas e oficinas) são formatadas contando com a participação dos discentes na definição de palestrantes e mediação dos debates.

A Feira Criativa, constante da programação do evento desde a sua primeira edição, também materializa o giro e a interconexão dos domínios criativos, funcionando como um espaço de apresentação dos trabalhos desenvolvidos nas disciplinas dos cursos de comunicação, de comercialização de alimentos elaborados por alunas do curso de Gastronomia (processo educacional formativo), e também como ambiente aberto à exposição do artesanato local e a uma feira de quadrinhos com quadrinistas regionais (processo educacional de autoformação, já que os discentes são responsáveis por organizar a feira, propor expositores e fazer contatos com a comunidade externa). Diversas produções e experiências são aqui apresentadas, incluindo exposições fotográficas, produção de revistas e livros (digitais e físicos), aplicativos para celulares e desfile de moda (Figura 2).



Figura 2. Feira Criativa.

Importa ressaltar que o Festival passou a contar, a partir de sua segunda edição, com o financiamento da Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAP-DF). Em 2024, o evento teve duração de dez dias e propôs uma integração de quatro eventos já realizados pela UCB — a Feira Criativa, a III Semana do *Design*, o V Conecom e o VIII Interprogramas Secomunica —, contando com atividades diversas, como apresentações culturais e artísticas, exposições, feiras, palestras, mesas-redondas, oficinas, mostra audiovisual, apresentação de trabalhos científicos e um *hackathon*. Em 2025, com uma semana de duração, o festival manteve as atividades realizadas no ano anterior, porém com duração mais enxuta. Permaneceu a integração de eventos — Feira Criativa, Conecom, Semana do *Design* e Interprogramas.

Em ambas as edições, entre as atividades formativas que compuseram o evento estão: palestras e mesas-redondas com profissionais renomados do campo da comunicação e da economia criativa e apresentação de trabalhos vinculados a pesquisas científicas desenvolvidas nos programas de pós-graduação em nível regional, nacional e internacional.

Sob o guarda-chuva do Festival da Economia Criativa, o V e VI Conecom objetivaram estabelecer pontes entre a realidade profissional das diversas áreas da comunicação (especialmente Jornalismo, Publicidade, Cinema e *Design Visual*) e a realidade acadêmica (ensino, pesquisa e extensão).

Em 2024, o evento contou com a palestra "*Gerenciamento de crise e marketing político*", com a participação de Cassiano Sampaio, jornalista que atuou na Globo News, no SBT Brasil, no Jornal do Comércio e na Tribuna do Brasil, e de Marcelo Canellas, renomado jornalista, cronista e documentarista que atuou por 33 como repórter especial na Rede Globo. O evento também incluiu a participação internacional de David Gunkel, professor de Estudos de Comunicação da *Northern Illinois University*, que trouxe importante contribuição acerca das questões éticas e humanas diante dos avanços tecnológicos e a inteligência artificial (IA).

Em 2025, com o tema *Cidades humanas, inteligentes, criativas e sustentáveis* e com o objetivo de promover a integração de arte, tecnologia, urbanismo e meio ambiente, o Conecom promoveu um diálogo com Merremii Karão Jaguaribaras, artista e pesquisadora que discorreu sobre o tema *Arte, memória e resistência: os saberes ancestrais e as narrativas visuais indígenas contemporâneas* (Figura 3).

Ainda como atividades formativas vinculadas ao V e VI Conecom, foram realizadas mesas-redondas, dentre elas podemos destacar a apresentação dos resultados e o debate sobre projeto Panorama da Economia Criativa no DF (edição 2024) e o encontro de professores da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) para debater sobre tecnologias, IA e ancestralidade (edição 2025).

Seguindo a temática proposta pela edição de 2025, um aspecto de inovação apresentado na última edição do evento foi a exibição do filme *Kairau — a semente do canto*, vinculado ao projeto *Lab Metaverse UCB: o futuro é ancestral*, financiado pela FAP-DF. O laboratório foi criado em 2024 no contexto do projeto de pesquisa Lab Metaverse, que visa explorar o metaverso e a inovação pedagógica imersiva em 360.



Figura 3. Palestra de abertura da edição de 2025: *Arte, memória e resistência: os saberes ancestrais e as narrativas visuais indígenas contemporâneas.*

A experiência é centrada em três mitos das etnias Yawanawa, Pataxó e Tukano, preservando os valores da cultura e da linguagem humana e utilizando as tecnologias para potencializá-los (Figura 4).



Figura 4. Exibição do filme *Kairau — a semente do canto*, vinculado ao projeto *Lab Metaverse UCB: o futuro é ancestral.*

Por fim, o VIII e IX Interprogramas, fórum científico de trocas em nível de pós-graduação que visa estabelecer pontes entre estudantes e pesquisadores de pós-graduação em Comunicação e Economia Criativa, contou com a participação de mais 60 trabalhos,

somadas as duas edições, vinculados a programas de pós-graduação do Brasil e do exterior, com destaque para a UCB, Universidade Federal do Tocantins, Universidade Católica Portuguesa, Universidade Federal do Pará, Universidade Federal de Minas Gerais, Escola Superior de Propaganda e Marketing, Universidade Federal de Santa Catarina, Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial de São Paulo (Senac-SP), Universidade Federal do Pampa, entre outras.

No que se refere às atividades autoformativas, além da Feira Criativa, as duas edições do evento contaram com oficinas organizadas, oferecidas e vivenciadas por estudantes de graduação e pós-graduação, bem como por profissionais do mercado. Essa atividade constitui espaço aberto para candidatura de estudantes e profissionais interessados em compartilhar seus saberes criativos e experiências inovadoras, o que proporciona a criação de um ambiente de trocas circulares, no qual o conhecimento é compartilhado em via de mão dupla, alternando as funções educador-aprendiz. Nesse sentido, é realizada uma chamada pública para a apresentação de propostas pelos discentes de graduação e pós, considerando que estes constituem não só o público de participantes do evento, mas são, também, portadores de saberes associados à Economia Criativa, muitos deles com experiência em *design*, audiovisual, tecnologias imersivas, assessoria de imprensa, TV, artes, artesanato. Aqui se evidencia de maneira especial o processo de autoformação dos discentes, sendo as oficinas elaboradas por e para eles, em uma alternância de papéis que possibilita o exercício não hierárquico e complementar de transmissão de saberes.

As principais temáticas abordadas nas oficinas, em 2024 e 2025, foram: introdução ao metaverso, jornalismo cultural, *design thinking* como prática de inovação e criatividade, mídia *training*, expressão corporal e leitura dramática, cooperação criativa, 3D no *design* gráfico, *Game Thinking*, *AD's Strategy* e IA no Cinema (Figura 5).



Figura 5. Oficinas criativas.

Merecem destaque, ainda, como atividades que evidenciaram o protagonismo discente nas duas edições do evento, a mostra audiovisual organizada pelos estudantes de Cinema e Mídias Digitais, com filmes produzidos pelos discentes de Comunicação, e o *hackathon*, atividade na qual os estudantes são desafiados a desenvolver soluções inovadoras para o mercado da economia criativa do Distrito Federal, utilizando metodologias de *design thinking*, prototipagem rápida e *pitch* de ideias. Esse formato estimula o pensamento crítico, a colaboração e a aplicação prática de conhecimentos teóricos, alinhando-se ao que Resnick (2017) chama de “espiral da aprendizagem criativa”: imaginar, criar, brincar, compartilhar e refletir. Nesse ciclo, o erro é parte integrante do processo, e a experimentação, um valor pedagógico. Por último, destaca-se, também, a atividade colaborativa *Pintura Mural e ativismo* realizada na edição de 2024 em uma parceria com artista local (Figura 6).



Figura 6. Premiação do *hackathon* da edição de 2025 do Festival — atividade de autoformação.

CONCLUSÕES

A reflexão desenvolvida ao longo deste artigo permitiu compreender que a aprendizagem criativa e a cultura *maker* não se restringem a práticas pedagógicas inovadoras, mas se configuram como novos modos de pensar e produzir conhecimento no contexto universitário. Ao privilegiar a experimentação, a colaboração e o protagonismo dos estudantes, essas abordagens deslocam a centralidade do ensino da transmissão para a criação, do produto para o processo e da instrução para a vivência.

O Festival da Economia Criativa no âmbito dos cursos de Comunicação da UCB evidencia a potência dessa transformação. Sua estrutura, fundamentada em atividades interdisciplinares, como *hackathons*, oficinas, feiras autorais, mostras e experiências de *design*, consolida um ecossistema de aprendizagem criativa no qual a

teoria se entrelaça com a prática e o conhecimento emerge da interação de sujeitos, saberes e contextos. Trata-se de um espaço que concretiza a educação como prática de liberdade, conforme proposto por Freire (1996), ao reconhecer o estudante como sujeito histórico e criador, capaz de intervir e transformar o mundo que o cerca.

Nesse cenário, o fazer criativo assume papel central. Inspirado no construcionismo de Papert (1980), o aprendizado passa a ser compreendido como processo ativo de construção de sentido, no qual o pensamento se materializa em artefatos, projetos e experiências. A espiral da aprendizagem criativa de Resnick (2017) (imaginar, criar, brincar, compartilhar e refletir) é evidenciada nas práticas promovidas pelo Festival, que estimulam a autoria, o erro como parte do percurso e a criação coletiva como expressão de conhecimento.

Ao mesmo tempo, a articulação de ensino, pesquisa e extensão no Festival reforça o que Morin e Moigne (2000) denomina de *pensamento complexo*: a necessidade de religar saberes, reconhecer as interdependências e compreender o conhecimento como rede dinâmica e inacabada. A aprendizagem criativa, nesse sentido, ultrapassa fronteiras disciplinares, permitindo que o fazer artístico, tecnológico e social se encontrem em um território comum, o da invenção compartilhada, da formação e da autoformação.

O estudo indica que experiências como o Festival da Economia Criativa são fundamentais para que o espaço universitário, tanto em nível de graduação quanto de pós-graduação, se torne um ambiente de aprendizagem significativa, capaz de integrar razão e sensibilidade, técnica e estética, indivíduo e comunidade.

Por fim, compreender o Festival como um laboratório vivo de práticas criativas é reconhecer o papel da universidade como agente de transformação social. A aprendizagem para criatividade, articulada à cultura *maker*, projeta um horizonte educacional em que aprender é também criar, experimentar e compartilhar.

REFERÊNCIAS

BLIKSTEIN, Paulo. Digital fabrication and 'making' in education: the democratization of invention. *In*: WALTER-HERRMANN, Julia; BÜCHING, Corinne (org.). **FabLabs**: of machines, makers and inventors. Bielefeld: Transcript, 2013. p. 1-22.

BLIKSTEIN, Paulo. Viagens em Troia com Freire: a tecnologia como um agente de emancipação. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 42, n. 3, p. 837-856, set. 2016. <https://doi.org/10.1590/s1517-970220164203003>

BLIKSTEIN, Paulo. Maker movement in education: History and prospects. *In*: DE VRIES, Marc. (org.). **Handbook of technology education**. Cham: Springer, 2018. p. 419-437.

BLIKSTEIN, Paulo; WORSLEY, Marcelo. Children are not hackers: building a culture of powerful ideas, deep learning, and equity in the maker movement. *In*: PEPLER, Kylie; HALVERSON, Erica R.; KAFAL, Yasmin B. (org.). **Makeology**: makerspaces as learning environments. Nova York: Routledge, 2016. v. 1. p. 64-79.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**: capitalismo e esquizofrenia. São Paulo: 34, 1995. v. 1.

DOUGHERTY, Dale. **Free to make**: how the maker movement is changing our schools, our jobs and our minds. Berkeley: North Atlantic Books, 2016.

DURAN, Marília Claret Geraes. Formação e autoformação: uma discussão sobre memórias, histórias de vida e abordagem autobiográfica. **Revista @mbienteeducação**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 22-36, ago./dez. 2009.

- FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1967.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 25. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- KIELING, Alexandre S.; DRAVET, Florence D.; MARQUES, Alberto. **Panorama da economia criativa no Distrito Federal**. Brasília, DF: Universidade Católica de Brasília, 2022.
- MARTINEZ, Sylvia L.; STAGER, Gary. **Invent to learn: Making, tinkering, and engineering in the classroom**. Santa Bárbara: Constructing Modern Knowledge Press, 2013.
- MORIN, Edgar; MOIGNE, Jean-Louis Le. **A inteligência da complexidade**. São Paulo: Peirópolis, 2000.
- PAPERT, Seymour. **Mindstorms: children, computers, and powerful ideas**. Nova York: Basic Books, 1980.
- RESNICK, Mitchel. **Lifelong kindergarten: cultivating creativity through projects, passion, peers, and play**. Cambridge: The MIT Press, 2017.
- SAWYER, Robert Keith. Group creativity: musical performance and collaboration. **Psychology of Music**, v. 34, n. 2, p. 148-165, 2006. <https://doi.org/10.1177/0305735606061850>

Sobre as autoras

Patrícia Lima: Doutora em Jornalismo pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Professora e pesquisadora do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília. Pesquisadora no Observatório Nacional de Empreendedorismo Criativo.

Clarissa Motter: Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília, com período sanduíche em Université Paris-Sorbonne/Centre de Recherches Interdisciplinaires sur les Mondes Ibériques Contemporains. Professora e pesquisadora do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília.

Conflito de interesses: nada a declarar.

Fonte de financiamento: Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal, Edital DF Movimenta 2024 e 2025.

Contribuições dos autores: Lima, P.: conceituação, análise formal, escrita — primeira redação, metodologia. Motter, C.: conceituação, curadoria de dados, análise formal, escrita — primeira redação.

