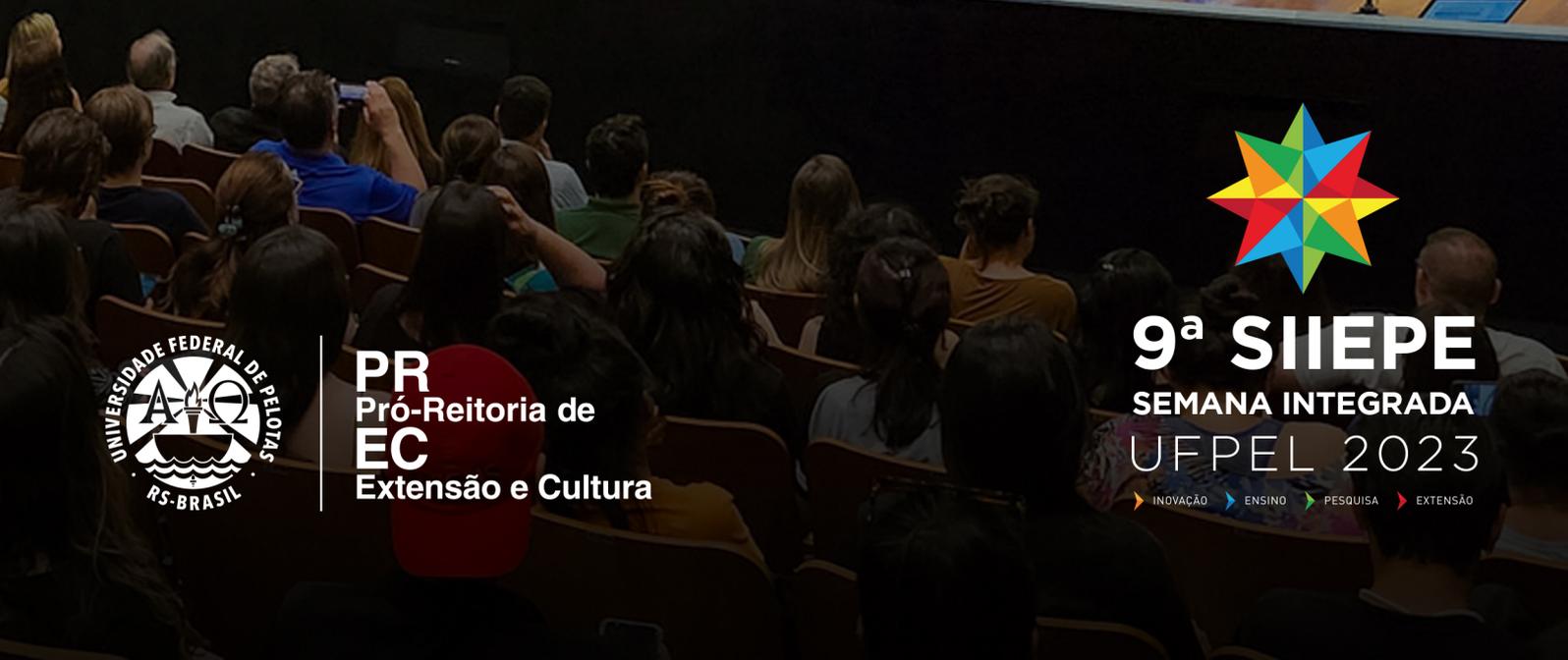




Anais do X Congresso de Extensão e Cultura da UFPel



PR
Pró-Reitoria de
EC
Extensão e Cultura



9ª SIEPE
SEMANA INTEGRADA
UFPel 2023

▶ INOVAÇÃO ▶ ENSINO ▶ PESQUISA ▶ EXTENSÃO

SUMÁRIO

- 17-20** **A LEITURA SENSÍVEL NO TRABALHO DO REVISOR DE TEXTOS: DA REFLEXÃO À PRÁTICA**
LETÍCIA CHRISOSTOMO BORTT MOREIRA; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO;
LUCIANE BOTELHO MARTINS
- 21-24** **AGÊNCIA DE NOTÍCIAS EM PAUTA: UMA PROPOSTA DE IMERSÃO**
RAFAELA STARK VIEIRA; CARLOS ANDRÉ DOMINGUEZ
- 25-28** **A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NA EQUIPE DE FUTSAL MASCULINO DA UFPEL: A PARTIR DA PLATAFORMA DO INSTAGRAM**
ISAAC ANTÔNIO COSTA MORAES; MÁRCIO DE ALMEIDA MENDES
- 29-32** **ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL COMO ESTRATÉGIA PARA A INTERAÇÃO ENTRE A COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA E OS DEPARTAMENTOS ACADÊMICOS: O CASO DA MARTE - AGÊNCIA DE CONTEÚDO DO CURSO DE JORNALISMO UFPEL**
LUÍSA BRITO DA COSTA; RIDLEY MADRID; SARA LOPES DA SILVA; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO
- 33-35** **PODCAST MALOCA: DE REVISTA PARA O AUDIOVISUAL**
VALENTINA DE FARIAS BETEMPS DA SILVA; ALEXANDRE BERNEIRA DA SILVA;
ANDRÉ DE OLIVEIRA TORRES CARRASCO
- 36-39** **O ALCANCE DA QUÍMICA FORENSE EM INVESTIGAÇÕES.**
MAIARA SILVEIRA CALDEIRA; CLARISSA MARQUES MOREIRA DOS SANTOS
- 40-43** **PROJETO PAPO DE GESTÃO: UMA ANÁLISE DAS PRIMEIRAS AÇÕES E RESULTADOS**
MARCELO LOPES LIMA; ELIANA SIEGERT DOS SANTOS; ARIANE BEATRICE SCHNEIDER WEGNER EHLERT;
ADRIANA SOARES SCHAUN; FRANCIELLE MOLON DA SILVA; ALISSON EDUARDO MAEHLER
- 44-47** **O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA REALIZADO PELA MARTE - AGÊNCIA DE CONTEÚDO: O CASO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS (PPGL/UFPEL)**
SARA LOPES DA SILVA; LUÍSA BRITO DA COSTA; RIDLEY MADRID; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO

SUMÁRIO

EIXO COMUNICAÇÃO

- 48-50** **DEMOCRATIZAÇÃO DA REVISÃO DE TEXTOS DE GÊNEROS DIVERSOS: TRABALHO GRATUITO E DE QUALIDADE**
ANTÔNIA DOS REIS BARCELLOS; LETÍCIA CHRISOSTOMO BORTT MOREIRA; SANDRA MARIA LEAL ALVES
- 51-52** **PROGRAMA VOZES DO MUNDO**
FÁBIO AMARO SILVEIRA DUVAL; JÉSSICA SCHUG; MATHEUS SILVA SANTOS; JONATHAN FEIJÓ; ARTHUR ALVES ECHENIQUE; HAILTON JYAN KRUGER SILVA
- 53-56** **O DESIGN COMO AGENTE NA PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS EXTENSIONISTAS: PROJETO ECOGAPE**
AMANDA PACCANARO MARINO; SUZANA ANTIQUEIRA DE CASTRO; ANA DA ROSA BANDEIRA; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO
- 57-59** **ADAPTAÇÃO E RENOVAÇÃO: O PROJETO FALANDO EM EDUCAÇÃO**
RAFAELLA PETRUCCI ALVETTI; ALINE ACCORSSI; SIMONE GONÇALVES DA SILVA
- 60-63** **SAÚDE E COMUNICAÇÃO: A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA NA GESTÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS DO GRUPO BRASILEIRO DE ESTUDOS SOBRE MULTIMORBIDADE**
RIDLEY MADRID; LUÍSA BRITO DA COSTA; SARA LOPES DA SILVA; MARISLEI RIBEIRO; BRUNO P. NUNES
- 64-67** **ARTE NO SUL: A UTILIZAÇÃO DA INTERNET COMO FOMENTO À PRODUÇÃO ACADÊMICA E CULTURAL**
STÉFANE COSTA; GILMAR HERMES
- 68-71** **O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO REALIZADO NA DIVISÃO DE ESPORTES (DIESP) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS: UM RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PARA O PERFIL @ESPORTE.UFPEL NO INSTAGRAM**
JOSIMARA MEGIATO RODRIGUES; MÁRCIO DE ALMEIDA MENDES

SUMÁRIO

- 72-75** **ESTRATÉGIAS DO PERFIL @GENESTRUT PARA ALCANÇAR NOVOS PERFIS E AUMENTAR O ENGAJAMENTO**
MARIANA CAVALCANTI NASCIMENTO; LUCAS PETITEMBERTE DE SOUZA; HADASSA GABRIELA ORTIZ; LAÍS DOS SANTOS GONÇALVES; LUANA FERREIRA VIANA DOS REIS; MARIANA HÄRTER REMIÃO
- 76-79** **DIVULGANDO AS AÇÕES E CONTRIBUIÇÕES DO LABORATÓRIO DE GENÔMICA ESTRUTURAL PARA A SOCIEDADE ATRAVÉS DO PERFIL @GENESTRUT**
HADASSA GABRIELA ORTIZ; LAÍS DOS SANTOS GONÇALVES; LUANA FERREIRA VIANA DOS REIS; MARIANA CAVALCANTI NASCIMENTO; LUCAS PETITEMBERTE DE SOUZA; MARIANA HÄRTER REMIÃO
- 80-82** **PROJETO LABCOM CAFÉ**
MARIA ELISA GATTIBONI LOPES; ADRIANA PORTELLA; DARA ELISA DOS SANTOS BANDEIRA; LUCIELE DOS SANTOS OLIVEIRA; EDUARDO GRALA DA CUNHA
- 83-86** **RELATO DE EXPERIÊNCIA: AS AULAS DE FRANCÊS SOB A PERSPECTIVA ACIONAL**
ANDREA CLASEN GIMENES; ANA MARIA DA SILVA CAVALHEIRO
- 87-90** **CRIANDO CARTAZ: OFICINA PARA DESIGNERS INICIANTES**
ISABEL GALLI ROMAGNOLI; LUIZA DE HOLANDA MACEDO; PROF.ª. Dr.ª HELENA DE ARAUJO NEVES; PROF.ª Dr.ª PATRÍCIA LOPES DAMASCENO
- 91-94** **CONCEPÇÃO DE UMA ASSINATURA VISUAL E PONTOS DE CONTATO PARA CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DOS NOVOS PRODUTOS DA PARCERIA ENTRE LINHA UFPEL E ESPORTE UFPEL**
EDUARDO LUCCA VOSS DA SILVA; ANA DA ROSA BANDEIRA
- 95-98** **EXTENSÃO INTERDISCIPLINAR PARA POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA: MITOS E VERDADES SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS**
SARAH SEVERO JARDIM; ADRIANO GOULART CARVALHO PEREIRA; VÂNIA RODRIGUES DE LIMA; PEDRO LUVIELMO PINTO; MÁRCIA DE MELLO LUVIELMO
- 99-102** **ECONOMIA SOLIDÁRIA E DESIGN: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PAPEL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL EM PROJETOS DE ECONOMIA ALTERNATIVA**
VITÓRIA ALVES E ALVES; RENATO FABRÍCIO DE ANDRADE WALDEMARIN

SUMÁRIO

- 103-106** **REVISTA PIXO: CONEXÕES E PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS INTERIORES DO BRASIL**
EDUARDO DA SILVA E SILVA; GABRIELA DROPPA TRENTIN;
PAULA PEDREIRA DEL FIOLE; EDUARDO ROCHA
- 107-110** **A EDUCOMUNICAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE PODCASTS VISANDO A PARCERIA ENTRE UNIVERSIDADE, ESCOLAS E INSTITUIÇÕES**
RENAN FERREIRA; MARISLEI RIBEIRO; MICHELE NEGRINI
- 111-114** **INCLUSÃO DIGITAL DE IDOSOS: NAVEGAÇÃO FACILITADA OU PERCEPÇÃO SUBJETIVA DE INCAPACIDADE?**
MARIA VIANNA TEREZI; BEATRIZ RODRIGUES VARGAS; MATEUS SCHMECKEL MOTA; GIOVANA DUZZO GAMARO; ADRIANA SCHULER CAVALLI
- 115-118** **AVALIAÇÃO DA GEOLOCALIZAÇÃO DOS AUTORES NA REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA E SUSTENTABILIDADE (RBES)**
MARIA EDUARDA SILVEIRA DOS ANJOS; GABRIEL FRAGALI DE CASTRO; GIZELE INGRID GADOTTI;
DIULIANA LEANDRO; EVERTON RODRIGUES ZIRBES; ANDREA SOUZA CASTRO
- 119-122** **AVALIAÇÃO DA RELEVÂNCIA DA SEMANA ACADÊMICA NA FORMAÇÃO NO CURSO DE ENGENHARIA INDUSTRIAL MADEIREIRA**
MARINA FERNANDES NEVES; NATHÁLIA FARIAS GOMES; ÁVILA FERREIRA DE SOUZA;
FERNANDO DEVANTIER KOBER; MERIELEN DE CARVALHO LOPES; ERIKA DA SILVA FERREIRA
- 123-126** **INCLUSÃO DIGITAL E PROMOÇÃO DOS DIREITOS SOCIAIS A PARTIR DA INTERFACE ENTRE A EDUCAÇÃO E A COMUNICAÇÃO - ESTUDO DE CASO DA ESCOLA LOUIS BRAILLE**
MAITÉ ENZWEILER BARBOZA ALVES; CARLA DE CARVALHO TEIXEIRA; ISADORA OLIVEIRA MELO DE ABREU; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO
- 127-130** **FORMAS DESENVOLVIDAS E APLICADAS PARA DIVULGAR O CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS**
RODRIGO DA COSTA CARDOSO; DANIELE MARTIN SAMPAIO; LUAN HENRIQUE DOS SANTOS ROCHA;
RENAN NEITZKE MUNSBERG; TALISSON NATAN TOCHTENHAGEN; MAURIZIO SILVEIRA QUADRO
- 131-133** **COLÓQUIOS DO CLC: INTEGRAÇÃO E FORMAÇÃO**
JENDEL CUNHA DE SOUZA; VANESSA DOUMID DAMASCENO

SUMÁRIO

- 134-137** **TARANTULA: TRANSPOSIÇÕES E SIMBOLOGIAS DAS VIOLÊNCIAS LGBTQ+ NO CINEMA DE ANIMAÇÃO**
KALI BREDER; NÁTHELY SANTANA; RICARDO HENRIQUE AYRES ALVES
- 138-141** **JORNALISMO E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA: O PAPEL DO JORNALISTA NAS MÍDIAS SOCIAIS DA PREC**
EVERSON GABRIEL MESQUITA DA MARTHA; MATEUS SCHMECKEL MOTA
- 142-144** **CONECTANDO SABERES: A PONTE COMUNICACIONAL ENTRE A UNIVERSIDADE E A COMUNIDADE POR INTERMÉDIO DO PODCAST FRONTEIRAS**
JHONE LUGÃO LIMA; EVELIN NASCIMENTO LIMA; DENISE MARCOS BUSSOLETI
- 145-148** **EM PAUTA TV- A RELAÇÃO ENTRE A UNIVERSIDADE E A REGIÃO SUL DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**
PEDRO HENRIQUE MACHADO BARCELOS; THAYLOR GABRIEL AMARILLO SOUZA; MICHELE NEGRINI; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO
- 149-152** **RELATO EXTENSIONISTA: PROJETOS BIOTEC INVADIA A ESCOLA E MURAL G BIOTEC EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO E MUNDO UFPEL**
MAYARA YASMIN DA SILVA; CAMILA GARCIA DE SOUZA; RAFAEL ANDRADE PIRES; LUIZE SILVA MASCARENHAS; LUCIANA BICCA DODE
- 153-156** **O PROJETO DE EXTENSÃO WEB SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO GEOTER: A COMUNICAÇÃO COMO IMPORTANTE FERRAMENTA DE INTEGRAÇÃO**
RYAN MENDES DOS SANTOS; SAMUEL JESUS CABRAL; MATEUS CABREIRA MAZULLO; TIARAJU SALINI DUARTE
- 157-160** **O CAMPO DE PÚBLICAS E A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTOS: OS USOS DA REDE SOCIAL INSTAGRAM NAS AÇÕES EXTENSIONISTAS**
ANA CAROLINA PIRES CLEMENTE; BRUNA OSTERBERG; RAISSA MADRUGA TELLES; MARI CRISTINA DE FREITAS FAGUNDES

A LEITURA SENSÍVEL NO TRABALHO DO REVISOR DE TEXTOS: DA REFLEXÃO À PRÁTICA

LETÍCIA CHRISOSTOMO BORTT MOREIRA¹; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO²; LUCIANE BOTELHO MARTINS³

¹Universidade Federal de Pelotas – leticiabortt@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – profa.heloisa.duval@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – luciane.martins@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo apresentar a estratégia de leitura chamada leitura sensível. Essa estratégia é comumente difundida no mercado editorial e nos estudos literários, Segundo NAPARO (2023), em “*Práticas de leitura sensível na revisão de textos literários*”, a leitura sensível tem como finalidade corrigir incongruências lexicais e estruturas problemáticas que resultam em expressões e/ou termos preconceituosos, relativos a pessoas ou grupos minoritários. No entanto, aqui, por acreditarmos que a leitura sensível não pode e nem deve ser apenas instrumento prático na revisão de textos literários, nós iremos discuti-la ligada ao campo da linguagem, especialmente no campo da prática da revisão de textos, utilizando as perspectivas semânticas e discursivas da Análise de Discurso (AD), propostas por Eni Puccinelli Orlandi, no livro *Análise de Discurso: Princípios e procedimentos* (2012).

Para Orlandi (2012), no que diz respeito à teoria da AD, todo discurso apresenta interpelações ideológicas do sujeito produtor/autor, uma vez que, para ela, todo indivíduo se caracteriza como sujeito no mundo quando manifesta, na língua, sua formação discursiva – acometida, inconscientemente, pela construção de uma estrutura social a qual o sujeito está condicionado na sociedade. Partindo desse ponto, podemos dizer que toda produção discursiva apresenta traços e valores ideológicos dentro de sua manifestação. Daí, vem a relevância da Análise de Discurso para a revisão de textos, pois o trabalho da revisão é a tentativa de uniformizar¹ possíveis problemas da língua – comumente, como se conhece: desvios ortográficos e gramaticais –, mas também problemas de linguagem, que podemos caracterizar como as inúmeras possibilidades do indivíduo em transmitir ideias a partir da estrutura da língua. Problemas desse campo são, obviamente, indetectáveis por programas de edição de textos (IA), uma vez que produzem sentidos ideologicamente construídos, e entram também para o campo da interpretação humana.

Explicadas nossas premissas para este trabalho, mostraremos, a seguir, o efeito da realização da leitura sensível na prática de revisão de textos.

¹ Diferentemente do trabalho do que é a prática de revisão de textos, que tem como princípio a uniformidade, concretude e padronização do texto, a teoria de AD não considera que seja possível uniformizar qualquer texto/discurso, ou sequer crê na possibilidade ou tentativa de transformar qualquer texto nulo de qualquer valor ideológico. Isso porque essa teoria parte da ideia de que toda manifestação materializada da língua produz sentidos/discursos ideológicos. No entanto, aqui, utilizamos as premissas da AD para solucionar contradições discursivas que podem produzir formas discriminatórias ou preconceituosas dentro de um texto/discurso.

2. METODOLOGIA

O trabalho do revisor atual dá-se não mais pelo meio impresso, mas sim pelo meio digital. Devido a esse fato, não diferentemente, a prática de revisão de texto que será apresentada neste trabalho também ocorreu de forma digital, via programa de edição de textos; nesse caso, exclusivamente no Google Docs. A revisão aconteceu depois do texto estar devidamente finalizado por parte dos autores. A partir disso, a revisão ocorreu via “controle de alterações/edição”, ferramenta comumente usada para efetuar todo e qualquer trabalho de revisão textual para que haja distinção entre o texto original e as sugestões realizadas pelo profissional de revisão. Houve também a revisão através das artes produzidas para o evento. Nesse caso, a revisão ocorreu via imagem, utilizando a opção “fazer sugestões” diretamente na imagem armazenada em formato PDF.

Depois de apresentarmos a leitura sensível e o pensar discursivo, a pergunta ainda fica: como efetuar essa abordagem? Qual a forma mais adequada de pôr no papel essa prática? Para responder isso, a seguir, apresentamos alguns excertos de uma revisão de textos realizada para divulgar um evento voltado aos povos originários dentro da Universidade Federal de Pelotas. Apontamos que todos os textos revisados continham dois propósitos enunciativos: fins informativos e fins didáticos. Os informativos eram posters que seriam divulgados nas redes sociais do Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular² e distribuídos em outros campi da Universidade para a divulgação do evento. Já o didático, tratava-se de um infográfico com a finalidade de expor a história da mandioca. Todos os textos revisados foram escritos por uma parcela dos bolsistas do Programa de Educação Tutorial – Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular. Ou seja, os textos foram escritos por pessoas não indígenas e pessoas que não são especializadas em algum curso de comunicação. Apenas o revisor dos textos, e autor principal deste trabalho, possui graduação na área de Letras – Redação e Revisão de Textos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Antes de exemplificarmos o efeito da estratégia de leitura sensível na prática, sinalizamos que, por este trabalho se tratar de um resumo expandido, não será possível inserir todas as revisões e sugestões feitas, seja a nível ortográfico, lexical e linguístico, quanto todas as revisões realizadas pensando nas contradições e tópicos ideológicos no que tange o aspecto da leitura sensível. Portanto, para fins de exemplificação, selecionamos apenas dois fenômenos presentes nos textos revisados.

Ademais, a atividade de revisão foi concluída antes do dia 19 de abril de 2023, dia em que ocorreu o evento promovido e todas as sugestões de alteração foram aceitas pelo grupo, logo o trabalho de revisão foi concluído. Nosso objetivo aqui é o de elucidar como se dá/deu, na prática, o ato de revisar levando em conta as premissas da leitura sensível e da Análise de Discurso Francesa.

A seguir, mostraremos a figura 1, que apresenta a arte e o texto informativo original (sem intervenção do revisor), e a figura 2, relativa a mesma arte e ao mesmo texto informativo (após a intervenção do revisor):

² Grupo multidisciplinar que integra o Programa de Educação Tutorial na Universidade Federal de Pelotas.



Figura 1: arte e texto iniciais, sem revisão, com destaques em vermelho.

Figura 2: arte e texto finais, revisados, com destaques em verde.

Segundo as informações contidas no site da Secretaria de Cultura do Rio Grande do Sul e as recomendações feitas no site da Secretaria de Comunicação Social do Senado Federal, deve-se ter o cuidado para não utilizar o termo *tribo*, uma vez que, assim como o termo *índio*, manifesta tom pejorativo e estereotipado em torno dos povos originários. Além de desaconselhar o uso, ambos os sites apresentam as formas adequadas de denominar tanto os territórios ocupados pelos indígenas quanto às formas de tratamento para denominar esses grupos. No que diz respeito ao site da Secretaria de Cultura do Estado, ao invés do uso de *tribo*, indica-se o uso de território indígena (TI) ou aldeia. Já pela Secom, os usos recomendados são: aldeia, terra ou território indígena. Pois bem, de acordo com essas duas fontes referenciais, podemos confirmar que o termo *tribo* não é um termo adequado para se referir nem aos TIs e nem aos povos originários. Partiremos para a outra intervenção:

~~No~~Uma das lendas do folclore indígena, há uma lenda que diz que um Pppajê, enlutado pela morte de sua filha, enterrou uma raiz de mandioca em sua homenagem; o

Figura 3: Recorte da revisão feita para o infográfico sobre a história da mandioca nas culinárias indígenas.

Aqui, trata-se da revisão feita para o infográfico da história da mandioca. Aqui, o problema de contradição que notamos é mais sutil. Para contextualizar: o texto trata da história da mandioca e dos diversos povos originários que usavam esse alimento, chegando a mencioná-los no texto. No entanto, nesse trecho, notamos um problema de generalização do que é cultura indígena, que resulta numa generalização categorizada de folclore indígena. Vejamos, se anteriormente, no texto revisado, foi mencionado seis povos diferentes que usavam a mandioca – e partindo do pressuposto que todo grupo indígena possui sua própria cultura e especificidades – como podemos resumi-los a um folclore indígena? E se, caso ainda isso não seja o ponto alto da discussão: de que cultura indígena esse folclore vem? Por essa intervenção ser mais profunda e

necessitar das referências usadas pelos autores, o revisor comunicou o tipo de contradição aos autores do texto. Nesse caso, eles optaram por manter a forma, devido à incerteza da informação que tinham e em razão da única fonte que tinham encontrado sobre o assunto. No mais, eles aceitaram a sugestão escrita do revisor para tentar, ao menos, diminuir a forma generalizada da história dos povos, para uma generalização ampla da lenda folclórica em questão, através do deslocamento do artigo indefinido e do uso de plural, proporcionando vagueza e imprecisão para o texto.

Mas a pergunta que fica é: como o revisor está apto para notar e resolver esses tipos de contradições e incongruências em um texto? Além do revisor ter contato direto com manuais, glossários e dicionários, a aptidão na tarefa surge, na visão dos autores deste trabalho, a partir do conhecimento das áreas linguísticas e gramaticais que o profissional do texto possui. Isso inclui desde estruturas lexicais até estruturas discursivas. Além disso, o conhecimento no campo das ciências humanas e sociais, os conhecimentos de estratégias de leitura e também de compreensão textual são instrumentos que propiciam que o revisor esteja apto para reconhecer esses desvios na área da discursividade e, por fim, minimizá-los.

4. CONCLUSÕES

Podemos concluir que, tanto o uso de estratégias de leitura – aqui, no entanto, tratando exclusivamente da estratégia de leitura sensível –, quanto a consciência dos conceitos propostos pela teoria da Análise de Discurso Francesa, são fundamentais para o profissional que trabalha com revisão de textos. Além disso, podemos supor que a leitura sensível acarreta numa revisão sensível para o texto revisado, uma vez que essa leitura resulta numa conformidade discursiva textual com a finalidade de atingir o propósito comunicativo desejado: o de minimizar contradições ideológicas presentes no texto original, que são caracterizados como desvios oriundos das relações de poder presentes na estrutura social que causam efeitos no sujeito. Bem da maneira como até mesmo a posição social que ele ocupa nesse sistema afeta seu discurso sem que ele tenha consciência, mas sim sendo interpelado inconscientemente pela estrutura que o cerca.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- NAPARO, B.S. **Práticas de leitura sensível na revisão de textos literários**. 2023. Monografia (graduação em Letras – Redação e Revisão de Textos) Centro de Letras e Comunicação, Universidade Federal de Pelotas. Acessado em 29 ago. 2023. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/rrt/files/2023/02/Brenda-da-Silva-Naparo.pdf>
- ORLANDI, E.P. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. 10. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012.
- SECRETARIA DE CULTURA DO RIO GRANDE DO SUL. **É correto falar TRIBO indígena?** 29/06/2021. Acessado em 29 ago. 2023. Disponível em: <https://cultura.rs.gov.br/e-correto-falar-tribo-indigena>
- SENADO FEDERAL. **Estilo: Indígena e etnia**. Acessado em 29 ago. 2023. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/estilos/indio>

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS EM PAUTA: UMA PROPOSTA DE IMERSÃO

RAFAELA STARK VIEIRA¹; CARLOS ANDRÉ DOMINGUEZ²;

¹Universidade Federal de Pelotas – rafa_02@live.com

²Universidade Federal de Pelotas – cadredominguez@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEl), Em Pauta, é uma agência experimental de notícias que permite a seus alunos a experiência de uma redação real. Os estudantes vivenciam todas as partes de uma produção jornalística, que é publicada no site e nas redes sociais X(Twitter) e Instagram. As reuniões ocorrem no campus Anglo, todas as quarta-feiras às 18h. São nelas que os futuros jornalistas podem trazer suas pautas e ideias para dividir com os colegas, além de receberem comentários agregadores a seus trabalhos.

Como dito previamente, a agência tem como propósito máximo a imersão em uma realidade de redação, inspiradas nas já conhecidas dos veículos impressos, televisivos, radiofônicos e, claro, online. Os integrantes do Em Pauta se comprometem com a ética do jornalismo, procurando sempre fazer um jornalismo humano e de qualidade e que privilegia o interesse público.

No processo de produção jornalístico o momento decisivo é a da definição das pautas, ou seja, os assuntos relevantes para a comunidade que serão objeto da produção jornalística pelos alunos. Neste momento, os temas são discutidos e definidos os enfoques que as notícias terão, bem como é debatida a relevância da escolha. O jornalismo é uma atividade de extensão por definição, pois aproxima os acadêmicos de diferentes setores sociais, buscando fomentar a cidadania e reforçando a identidade cultural de grupos que não encontram visibilidade na mídia hegemônica, comercial e pautada pelo enfoque econômico.

As editorias se dividem em Geral, Cultura e Entretenimento, Esportes, Críticas e Resenhas, Educação, Economia e Política, além da possibilidade de Podcasts. Apesar de no início do semestre os alunos serem orientados a escolher uma editoria, eles têm a plena liberdade de transitar entre diferentes categorias, podendo assim aprimorar sua escrita e domínio de área.

O site do Em Pauta UFPEl está disponível na plataforma WordPress Institucional da universidades, sendo acessado por meio do endereço wp.ufpel.edu.br/empauta. As reportagens publicadas são divulgadas de maneira automática no X (twitter.com/EmPautaWeb) e trabalhados manualmente no Instagram (instagram.com/empautaweb.ufpel). Segundo Canavilhas (HORN, A. T. A., & LIMA, M. R. D. V.), é preciso produzir um conteúdo mais elaborado, visto que há uma parcela de público cada vez mais exigente.

Considerando o exposto, o presente trabalho exhibe objetivos e resultados do projeto de extensão, que há quase dez anos proporciona para seus participantes um lugar de discussão e exposição de materiais. Ao longo da participação do aluno, ele pode colocar em prática seus aprendizados de aula, construindo pautas necessárias, que contribuem com a comunidade que ele está inserido e seu crescimento profissional.

2. METODOLOGIA

O referido projeto realiza uma reunião de pauta por semana, na qual os integrantes expressam suas ideias e vontades de escrita, além de discutir a melhor maneira de as concretizar. De maneira democrática, cada aluno comenta sua pauta, que é ouvida e acatada pelos colegas. Caso haja alguma discordância ou mais de uma pessoa interessada no tema, eles conversam e chegam a um consenso. O quadro de funcionários da agência é composto por alunos matriculados nas disciplinas de Práticas Laboratoriais do Curso de Jornalismo, alunos voluntários e estagiários.

Após a definição das pautas de cada estudante, eles começam suas apurações, para depois finalizá-las e enviarem para o e-mail da agência. Logo que recebem, os editores partem para a revisão minuciosa dos textos, podendo realizar possíveis mudanças e ajustes para a melhoria das notícias e reportagens. Seguidamente, o material é postado no site, replicado automaticamente no X e preparado uma sinopse e arte gráfica para a divulgação no Instagram. É importante lembrar que a universidade dispõe de computadores no Laboratório de Webjornalismo, localizado no Campus Anglo, e de câmeras fotográficas semi-profissionais para a melhor execução dos trabalhos, sempre auxiliados pelo professor coordenador do projeto de extensão.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em 2023, até agosto, cerca de 169 artigos foram publicados no site do Em Pauta, englobando as editorias já citadas. Entre as produções mais elaboradas, está a cobertura de dois eventos importantes para Pelotas: Festival Cabobu e Fenadoce. No primeiro, uma das redatoras cobriu o evento com uma série de seis reportagens, nas quais foram descritas a história do festival, o sucesso de público e as rodas de conversa. Já a Fenadoce foram quatro matérias, relatando a abertura da feira, assim como novos estandes e atrações inéditas.

Assuntos de relevância nacional também são objeto do trabalho jornalístico dos alunos. Temas como a votação do Marco Temporal pelo STF (<https://wp.ufpel.edu.br/empauta/marco-temporal-julgamento-do-stf-e-suspenso-o-placar-atual-de-4-a-2-e-contrario-a-tese/>), questões relativas a crise climática (<https://wp.ufpel.edu.br/empauta/o-fenomeno-que-tem-tirado-o-sono-dos-gauchos/>) e a criação de curso de Medicina para assentados na UFPEL (<https://wp.ufpel.edu.br/empauta/proposta-de-inclusao-de-assentados-em-curso-d-e-medicina-gera-debate/>), entre muitas outras foram tratadas com o rigor jornalístico necessário.

Neste semestre uma dupla de alunos iniciou um trabalho de jornalismo investigativo com duas coberturas ainda em andamento. Uma revelando o crescimento da ideologia de extrema direita e discurso do ódio por meio de redes sociais e, e outra sobre a privatização da CEEE.

Uma parceria foi feita com o projeto de extensão EM PAUTA TV, também do Curso de Jornalismo UFPEL, inserindo na página do Em Pauta Web as produções do projeto irmão em audiovisual. Foram criados três espaços na página: Drops Em Pauta, Minuto Cultural e Em Pauta TV. O material é publicado semanalmente, aumentando a visibilidade dos conteúdos e qualificando o material oferecido pelo site do Em Pauta Web.

Além das coberturas, a editoria de críticas e resenhas obteve textos interessantes, que saíram do óbvio e tradicional. Os redatores buscaram associar

o objeto de resenha (filme ou série) com elementos do dia a dia, como a rede social Tik Tok, e também a problemas e dilemas humanos, dando um tom mais intimista às produções.

Diversos redatores entraram para o projeto em 2023, entre matriculados e voluntários, a equipe conta com mais de trinta pessoas. Os novos integrantes - e os antigos também - se aventuraram pelas editorias, e estilos de escrita não explorados por eles. Destaque para duas matérias em perspectiva pessoal, a primeira sendo “The Beetles Band: Uma experiência de sensibilidade” e depois “O vinho como coadjuvante na refeição: o relato de uma pessoa ‘chata para comer””. Em ambas, a redatora relata as experiências que vivenciou acerca dos temas escolhidos, algo que ainda não havia feito até o momento.

Outro ponto que começou a ser trabalhado recentemente foi o perfil no Instagram. Parte dos integrantes do projeto de extensão criaram um novo perfil para o Em Pauta, que havia perdido o acesso ao perfil antigo, assim como uma identidade visual. Como pode ser visto na Figura 1, a arte contempla uma sinopse da reportagem publicada no site, e conversa perfeitamente com a paleta de cores e conceito já existentes no projeto.



Figura 1: Identidade visual do Instagram

O novo perfil do Instagram já possui 147 seguidores e 63 publicações. Entre o mês de julho e agosto, foram cerca de 1.666 contas alcançadas, sendo 1.533 não seguidores. A média de visualizações dos stories fica em 240 acessos. Já o número de interações com o conteúdo postado vai a 743, e um total de 738 curtidas nas 43 publicações sob nova identidade visual.

Em comparação com anos anteriores, o Em Pauta UFPel está crescendo cada vez mais. No ano de 2021, durante a pandemia, foram 91 artigos publicados, com 504 mil visualizações. Em 2022, foram 216 artigos com 616 mil

visualizações. Enquanto até agosto de 2023, foram publicados 169 artigos, com 489 mil visualizações.

4. CONCLUSÕES

Ao participar da Agência Experimental de Notícias Em Pauta UFPel, os alunos têm a oportunidade de vivenciar a realidade de uma redação jornalística. Viver momentos como esse é fundamental na formação dos futuros profissionais, que chegarão ao mercado de trabalho mais preparados, seguros e com pensamento crítico. Os jornalistas do amanhã poderão prestar um serviço humano, através de uma comunicação cidadã, que a partir do potencial da internet e das redes sociais, articula manifestações públicas (PERUZZO) que antes só eram possíveis presencialmente.

O projeto visa trazer para a comunidade, informações e ações de interesse público, através dos critérios de noticiabilidade e outras técnicas e teorias do jornalismo aprendidas ao longo do curso. Na mesma medida do crescimento profissional, há também o pessoal, pois os alunos exercitam sua capacidade de inclusão e cidadania. Por fim, o Em Pauta UFPel se mantém como uma oportunidade de comunicação alternativa, na qual os estudantes do mundo acadêmico podem aprimorar seus talentos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PERUZZO, C.M.K. Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na Web. **Revista Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação**. São Paulo, ECA-USP, v.12, n.3, p.77-100, 2018.

CANAVILHAS, J.M. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Informação e comunicação na online**. Covilhã: Livros Labcom, 2003, p.63-73.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

HORN, A. T. A., & LIMA, M. R. D. V. de . João Canavilhas: pontuações e revisões sobre o jornalismo em uma cultura midiática digital. In: **XI CONGRESSO DE CIBERPERIODISMO**, Bilbao, 2019. MATRIZES v.14 n.2.São Paulo: USP, 2020. 145-159.

A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO NA EQUIPE DE FUTSAL MASCULINO DA UFPEL: A PARTIR DA PLATAFORMA DO INSTAGRAM

ISAAC ANTÔNIO COSTA MORAES¹; MÁRCIO DE ALMEIDA MENDES²

¹Universidade Federal de Pelotas – moraesisaacantonio@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – marciopenha.esef@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar as atividades do projeto Equipe de Futsal Masculino da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) a partir de uma nova abordagem midiática, assim como expor o plano de assessoria de comunicação feito para a equipe.

Nas últimas décadas, a sociedade deparou-se com mudanças substanciais no modo comunicacional em todas as suas dimensões, desde o nível intrapessoal, interpessoal, passando pela comunicação organizacional até a social. Além do surgimento de novas formas de sociabilidade, esta nova condição tem provocado a criação de novos saberes que orientam os trabalhos de assessoria de comunicação.

Ao examinar a natureza dos meios de comunicação e suas transformações nos anos 90, THOMPSON; J.B (2009), por exemplo, chama atenção para dois tipos de interação surgidas e que diferem da tradicional interação face a face, que, segundo ele, constitui grande parte da vida social cotidiana. Refere-se da interação mediada, aquela em que se usa um meio técnico (como o telefone) para interagir à distância com outras pessoas situadas remotamente no espaço e no tempo, (ou em ambos) e que implicam um certo estreitamento na possibilidade de deixas simbólicas disponíveis aos participantes; e a quase-interação mediada. Neste caso, os tipos de relacionamentos sociais é estabelecido pelo uso de meios de massa e implica uma extensa disponibilidade de informação e conteúdo simbólico no espaço e no tempo.

É nesse desenvolvimento histórico contemporâneo, mediado por teias de relações forjadas naquilo que alguns autores denominariam de ciberespaço LÉVY; PIERRE (2000) e outros blogosfera RECUERO; RAQUEL (2004), que a comunicação desponta como grande questão para a sociabilidade atual. Isto porque ela – a comunicação – é o agente construtor da realidade medida que produz e interfere nas percepções de mundo. E é nesse espaço que as novas bases das relações sociais se concretizam, fundando uma ecologia comunicacional, uma nova sociabilidade, caracterizada por circuitos informativos, interativos e voltada para a execução de tarefas ou perseguir interesses comuns.

Conforme argumenta DUARTE (2018), o desenvolvimento e a complexidade do papel da comunicação nas organizações transformou as atribuições e o papel do profissional jornalista, sendo a assessoria de comunicação a porta de entrada para isso. Em virtude da pandemia do Coronavírus em 2020 que afligiu o mundo, foi necessário se reinventar mais uma vez, pois diversas atividades passaram a ser realizadas de forma remota, e na academia não foi diferente. Assim, a experiência extensionista se deu através das mídias sociais e plataformas digitais, buscando integrar a produção de conhecimento necessário à formação profissional com a prática discente, além da aproximação entre a universidade e a sociedade. (MARTINS, 2014).

2. METODOLOGIA

Visando atender ao objetivo específico de realizar a Assessoria de Comunicação junto a Equipe de Futsal, com a gestão da Escola Superior de Educação Física da Universidade Federal de Pelotas/RS, e sua comunidade acadêmica, o Futsal UFPel, ligada ao curso de Educação Física do campus da Universidade, reativou, em maio de 2023, o perfil Futsal UFPel, na plataforma Instagram. De caráter institucional, o perfil constitui um suporte midiático com a finalidade de informar aos corpos docente e discente, colaboradores, parceiros e o público externo sobre as atividades desenvolvidas no campus da Universidade. O nome Futsal UFPel foi escolhido pela equipe, com a colaboração do Diretor de Esportes da Universidade, para reforçar o vínculo do perfil com a unidade acadêmica (“UFPel”) e transmitir de forma direta seu objetivo, de ser uma equipe de futsal acadêmica da UFPel.

A escolha da plataforma Instagram justificou-se pelas várias funcionalidades e características que podem ser exploradas jornalisticamente; além de ser uma das plataformas de maior popularidade entre os usuários de mídias sociais. O presente trabalho faz uso em primeiro momento de recursos como Storytelling (capacidade de contar histórias relevantes por meio de palavras ou recursos audiovisuais) assim podendo conquistar seguidores, além de criar laços de aproximação com eles. Outro recurso é o uso de hashtags, que são palavras-chave usadas seguidamente do símbolo do jogo da velha (#) e funcionam como marcação de assuntos para buscas posteriores. Ou seja, além de curtir e comentar as publicações do perfil da equipe, os seguidores podem encontrar publicações relacionadas a um mesmo assunto de hashtag, mesmo que não faça parte da rede de relacionamento do nosso time de futsal.

No Instagram ao mesmo tempo em que é possível compartilhar fotos, vídeos e informações, com sua rede de contatos, há uma integração entre diferentes redes sociais. Ou seja, quando se posta alguma informação no Instagram, ela pode ser imediatamente compartilhada com outras redes, logo foi explorado como ferramenta estratégica de comunicação organizacional e um perfil para divulgar a marca, produtos e até serviços de uma maneira mais interativa com a comunidade acadêmica. Neste sentido, é usado o perfil profissional, que é dirigido a organizações e permite acesso a múltiplas estatísticas e dados, como as horas em que os respectivos seguidores estão mais ativos na rede, assim como perceber quantos utilizadores viram a sua publicação.

O foco editorial do Futsal UFPel é justamente o da prestação de serviço. Através das postagens nesse aplicativo, busca-se promover os treinos e disputas de campeonatos da equipe universitária e, assim, estreitar os laços de pertencimento. As postagens no perfil são produzidas e administradas por um aluno do curso de Jornalismo, sob a supervisão do Diretor de Esportes da UFPel. É uma atividade em mídia social, que envolve o exercício da criatividade, marketing, relacionamento direto com o público-alvo, produção de materiais para divulgação, manuseio do equipamento fotográfico e o uso de imagem e texto adequado à plataforma, ao público alvo e aos objetivos do perfil. Além disso, montou-se uma rede de fontes de informação, que reúne coordenadores, professores e membros da gestão do campus, que informam sobre reuniões, campeonatos, treinos e logística.

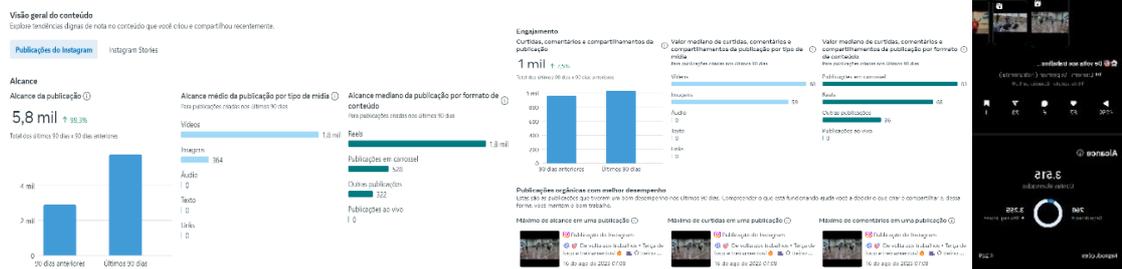
3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Instagram é uma mídia que tem o uso da imagem (foto e vídeo) como fundamento. Nas publicações da equipe de Futsal o editor utiliza as imagens produzidas por ele, como ocorre na divulgação de treinos, avisos importantes, novidades; e nos casos em que não há imagem disponível (como, por exemplo, nas informações sobre seletivas) elas foram criadas pelo assessor que se utiliza dos recursos gráficos do Instagram para dar visibilidade e destaque ao conteúdo que é postado.

As principais ações realizadas pelo assessor de comunicação da equipe nos últimos meses, envolvem ferramentas de assessoria citadas por DUARTE (2018) como planejamento, reposicionamento, briefing e estratégia nas redes sociais. A equipe de Futsal passou pelo processo inicial de realização de um briefing e, em seguida foi realizada uma reunião onde as propostas são apresentadas e, a partir da aprovação passa-se para a etapa da ação.

Pegando como exemplo prático o time de Futsal da UFPel, os resultados obtidos através do Plano de Ação elaborado pelo Assessor de Comunicação, há quase 5 meses desde a sua implementação, já é possível realizar uma análise.

Figura 1: Análise postagens Instagram Futsal UFPel



Fote: Própria do Trabalho/2023

De acordo com DUARTE (2018), a gestão das mídias sociais é uma forma de admitir o impacto da nova infraestrutura informativa a partir da oferta, portanto, grande parte das ações internas da equipe técnica se dão através das mídias em busca de facilitar o relacionamento da organização com seu público.

Em ações a curto prazo, foi obtido um alcance relevante nas mídias sociais, resultado das estratégias de engajamento, posts e stories semanais. Com isso, chamando a atenção da comunidade externa e somando mais seguidores ao time e atletas da equipe.

Segundo DUARTE (2018), o uso das mídias sociais possibilita maior velocidade ao ato de compartilhar informações. Conforme o pensamento do autor, utilizar as mídias sociais exige uma estratégia bem definida por parte da assessoria de comunicação, que precisa atentar para o relacionamento adequado com os interlocutores na gestão profissional e especializada.

4. CONCLUSÕES

O presente trabalho ainda está em fase de implementação, mas já é possível notar a sua utilização enquanto ferramenta estratégica de criação de vínculos da

universidade com sua comunidade acadêmica. É natural que ocorram ajustes e a criação de novas iniciativas a partir das experiências vividas. Há muito o que fazer, como: ampliar o número de seguidores (que hoje conta com 332 contatos); seguir e interagir com perfis relevantes para divulgação do projeto e dos cursos no campus; intensificar a participação da comunidade acadêmica na divulgação de seus eventos; e otimizar o uso das diversas ferramentas disponíveis na Plataforma (como o story, o IGTV e os recursos gráficos).

Até o momento a experiência mostra que o trabalho está sendo bem recebido pela comunidade acadêmica e tem potencial de crescimento. Além de ser um espaço de desenvolvimento acadêmico para os alunos-colaboradores que podem experimentar a prática. Portanto, a atuação da Assessoria de Comunicação na equipe de Futsal UFPEL, age de forma complementar nas atividades do elenco e conecta a equipe à comunidade acadêmica através da integração das mídias sociais entre a Equipe à Instituição.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.
- THOMPSON, J.B. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.
- RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2014.
- CAPELLAR, R. Gestão de Mídias Sociais em Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, J. (Org). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e técnica**. 5. Edição. São Paulo: Atlas, 2018. Cap. 22, p. 369-389.
- DUARTE, J. Produtos e Serviços de uma Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e técnica**. 5. Edição. São Paulo: Atlas, 2018. Cap. 14, p. 231-249.
- MARTINEZ, R. Implantando uma Assessoria de Imprensa. In: DUARTE (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. Edição. São Paulo: Atlas, 2018. Cap.12 p. 195-215
- RECUERO, R. Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo. In: **VIII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO**, Porto Alegre. 2005. Anais do VIII Seminário Internacional de Comunicação, 2005. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, Editora. Sulina, 2014.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL COMO ESTRATÉGIA PARA A INTERAÇÃO ENTRE A COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA E OS DEPARTAMENTOS ACADÊMICOS: O CASO DA MARTE - AGÊNCIA DE CONTEÚDO DO CURSO DE JORNALISMO UFPEL

LUÍSA BRITO DA COSTA¹; RIDLEY MADRID²; SARA LOPES DA SILVA³;
MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO⁴

¹ Universidade Federal de Pelotas – luisabritocosta783@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – euoridley@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – sara.lopes.com@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo mostrar o funcionamento do projeto de extensão Marte UFPEL (agência experimental de assessoria de imprensa institucional), destacando a sua importância no fortalecimento das relações entre a universidade e seus diferentes atores: estudantes, professores e demais membros da comunidade externa. Ademais, serão explicitadas as principais estratégias e ferramentas de Assessoria de Imprensa (AI) utilizadas pela Marte para o cliente Museu Diários de Isolamento (MuDI) bem como os impactos positivos observados ao longo do trabalho produzido no período em destaque.

A assessoria de imprensa desempenha um papel crucial na divulgação e construção da imagem de uma instituição, pois a comunicação é um elemento vital para o seu funcionamento. A pesquisadora Margarida Kunsch (2003) destaca que tanto a comunicação interna dentro da organização quanto a comunicação externa com o ambiente ao seu redor definem suas condições de existência e a direção de seu progresso (KUNSCH, 2003, p.69). Nesse contexto, reconhece-se a importância da comunicação efetiva e transparente entre instituições de ensino superior e suas comunidades para promover o desenvolvimento acadêmico e o engajamento estudantil. É nesse sentido que a Marte surge como uma iniciativa que visa estabelecer uma interação sólida e significativa com a comunidade universitária.

De acordo com (GIL, 2008) para que um texto possa ser considerado científico é necessário que haja um conhecimento que requer a identificação das técnicas que possibilitam ser verificadas e comprovadas. Por esse motivo, o presente trabalho tem a fundamentação teórica baseada em pesquisas documentais que abrangem a análise de artigos em áreas do conhecimento relacionadas à comunicação. Além disso, para comprovar a aplicação metodológica escolhida, será apresentado o método de estudo de caso de (YIN, 2001) como forma de verificar características e processos do objeto de pesquisa “Museu Diários de Isolamento (MuDI)”, o novo cliente que está passando por um processo de Rebranding dentro da Marte.

2. METODOLOGIA

Com o objetivo de investigar e explorar o funcionamento do projeto de extensão Marte UFPel e as estratégias de Assessoria de Imprensa (AI) utilizadas em relação ao cliente Museu Diários de Isolamento (MuDI), este artigo adota a abordagem de estudo de caso. Segundo YIN (2001) o estudo de caso é uma metodologia que permite uma análise aprofundada de um fenômeno específico em seu contexto real, buscando compreender as interações e processos envolvidos com o ambiente. Neste caso, o objeto de estudo é o MuDI, cliente do projeto Marte UFPel, que estabelece uma relação cliente-prestador de serviços de AI.

O Museu Diários de Isolamento (MuDI) é uma iniciativa cultural que surgiu durante o período de isolamento social. Seu principal objetivo é documentar e preservar histórias, sentimentos e experiências vivenciadas durante momentos desafiadores, como a pandemia da covid-19 e outros eventos que impactaram a sociedade. O MuDI buscou a Marte com a perspectiva de ampliar sua visibilidade com a comunidade externa, divulgar suas atividades e atrair mais contribuições para o acervo digital.

A análise inicial para o projeto MuDI foi conduzida em etapas. Primeiramente, a Marte observou os objetivos pretendidos pelo MuDI, utilizando o Briefing desenvolvido por eles como ponto de partida. Com base nesse Briefing, a agência compreendeu as necessidades do MuDI e identificou o público-alvo do projeto. Em seguida, foram realizadas reuniões com os representantes do MuDI, com o propósito de coletar informações relevantes para o desenvolvimento de estratégias de Assessoria de Imprensa.

Para guiar esse processo, a agência Marte aplicou o modelo DPIM (Diagnosticar, Planejar, Implementar e Medir) de Suzel Figueiredo (2020). Esse modelo sugere que a primeira fase é "Diagnosticar", ou seja, determinar o estágio em que o cliente (MuDI) se encontra. A partir dessa compreensão, tornou-se possível traçar estratégias customizadas adaptadas à singularidade do MuDI, o que incluiu a identificação de temas-chave, valores, mensagens e perspectivas potenciais de abordagem para a divulgação do projeto.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A estratégia de comunicação adotada pela Marte - Modelo DPIM - desempenhou um papel crucial na promoção e alcance do projeto junto ao público universitário. Um marco importante foi a primeira avaliação mensal realizada no mês de Julho, que ressaltou o crescimento notável do perfil *@mudiufpel* no Instagram.

Nessa análise, evidenciou-se que durante o mês de Julho, a conta conquistou 36 novos seguidores, representando um aumento significativo. Além desse ganho, o engajamento das postagens também experimentou um aumento notável. Esses indicadores apontam evidentemente que a estratégia elaborada pela Marte alcançou o objetivo de promover um amplo alcance e estimular a interação dentro da comunidade universitária de maneira consistente e sólida.

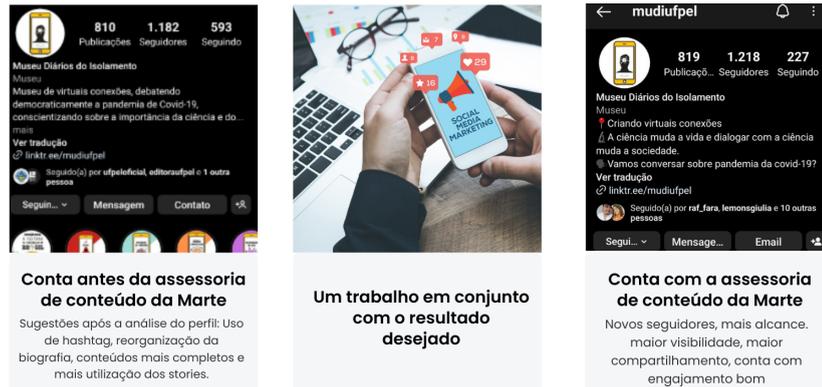


Figura 1 - Imagem disponibilizada no relatório do mês de Julho. Fonte: Arquivo da Agência Marte.

Uma das principais abordagens adotadas foi a inclusão estratégica de *hashtags* nas publicações. No contexto do estudo de caso, a Marte utilizou técnicas de *Search Engine Optimization* (SEO) para melhorar o alcance e o engajamento do MuDI no *Instagram*. A decisão de implementação dessa técnica se baseia na capacidade das *Hashtags* pra facilitar a categorização e identificação dos conteúdos publicados na plataforma

As *Hashtags* foram originalmente criadas para categorizar mensagens postadas na mídia social *Twitter*, mas posteriormente se estendeu para as demais plataformas, sendo algumas delas *Facebook*, *Youtube* e *Instagram* (Mahfouz, 2020).

Segundo Zappavigna (2015, apud MAHFOUZ, 2020, p. 2) o uso de *hashtags* marcou uma grande mudança no meio digital, desde a necessidade das pessoas de procurar um conteúdo específico até à procura de outras comunidades. Partindo dessa afirmação, implementamos o uso das *hashtags* como estratégia experimental de entrega de conteúdo para as comunidades que queríamos alcançar.

Segundo Amaral (2018) ao empregarmos *hashtags* que “conversem” com a temática da postagem, o conteúdo se torna acessível a todos que buscam pela mesma *hashtag* associada ao tema. Isso cria uma maneira eficiente de conectar as mensagens a um público amplo e engajado, pois associamos palavras mais populares para ter mais *views*. Essa tática mostrou-se eficaz na captação dos novos seguidores, já que as *hashtags* tiveram o poder de ampliar o alcance do conteúdo e conectar a conta com um público mais amplo e segmentado.



Figura 2 - Métricas do instagram após a implementação do uso das *hashtags* no mês de Julho. Fonte: Arquivo da Agência Marte.

Outro aspecto importante analisado foi a produção da release para divulgar o edital de seleção para novos membros. A adoção da ferramenta de Assessoria

de imprensa para divulgar o edital se mostrou crucial para promover o projeto com a comunidade externa. Além de aumentar significativamente a visibilidade, essa abordagem também revelou um aumento significativo no engajamento da conta no mês de Julho comparado aos outros meses, pois atraiu pessoas interessadas no edital.

4. CONCLUSÕES

A partir desta análise conclui-se que, a comunicação desempenha um papel crucial na promoção e consolidação de instituições acadêmicas, exemplificada neste trabalho pelo Museu Diários de Isolamento (MuDI) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e pela atuação do projeto Marte UFPEL. A implementação de uma política de comunicação bem planejada, incluindo estratégias de assessoria de imprensa e otimização para mecanismos de busca (SEO), revelou-se altamente eficaz na divulgação e no estabelecimento de uma imagem positiva do MuDI junto à comunidade universitária.

Nesta última análise, a Marte UFPEL desempenhou um papel relevante na promoção do MuDI, facilitando uma comunicação eficaz entre o projeto e a comunidade acadêmica. A assessoria de imprensa emerge como uma ferramenta necessária para fortalecer os laços entre a universidade e seus diversos públicos. Em resumo, este trabalho reforça que investir em comunicação estratégica é fundamental para o sucesso e a visibilidade das instituições de ensino superior, como demonstrado pelo caso do MuDI e a atuação da Marte UFPEL.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

FIGUEIREDO, S. Diagnosticar, monitorar e medir. Reputação em três campos. In PRADO, Elisa (Org.). **Gestão da reputação: riscos, crises e imagem corporativa**. São Paulo: ABERJE, 2020, p. 55-63.

AMARAL, L. (2018). **Tudo sobre as melhores práticas para hashtags no Instagram: confira todas as dicas**. rockcontent. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/hashtags-no-instagram/>

ZAPPAVIGNA, M. (2015). **Conversa pesquisável: a função linguística das hashtags**. *Semiótica Social*, 25(3), pp. DOI: 10.1080/10350330.2014.996948

MAHFOUZ, I. (2020). **The Linguistic Characteristics and Functions of Hashtags: #Is it a New Language?**. Disponível em: 10.31235/osf.io/a3usp

PODCAST MALOCA: DE REVISTA PARA O AUDIOVISUAL

VALENTINA DE FARIAS BETEMPS DA SILVA¹; ALEXANDRE BERNEIRA DA SILVA²; ANDRÉ DE OLIVEIRA TORRES CARRASCO³

¹Universidade Federal de Pelotas– betemspvalentina@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – asberneira@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – andre.o.t.carrasco@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A Maloca era uma revista editada pelo PET Arquitetura (Programa de Educação Tutorial - Núcleo Arquitetura e Urbanismo) desde 2020, uma das atividades desenvolvidas pelo grupo dentro da Universidade Federal de Pelotas. Maloca, nome derivado do Tupi-guarani “mã-r-oca”, significa “casa forte para a luta”. A revista teve desde sua concepção como objetivo a divulgação da produção discente em suas diversas manifestações: textos, fotografias, desenhos, projetos, trabalhos finais de graduação, entrevistas, dentre outros (CUNHA *et al*, 2020).

Com o processo de suspensão das atividades presenciais devido a pandemia de Covid 19, a revista Maloca surgiu da identificação da necessidade de um espaço onde estudantes de graduação em arquitetura e urbanismo pudessem publicar suas reflexões e produção. Em geral, os acadêmicos dessa área do conhecimento encontram dificuldades para divulgar/publicar seus trabalhos em periódicos acadêmicos, principalmente pelo perfil e objetivos destas publicações. Desta forma, a Maloca surgiu para ser o lar da produção estudantil, para ser esse espaço de apropriação, a “casa forte”, onde fosse possível divulgar os mais diversos trabalhos, produções, inquietações e pensamentos desses discentes (CUNHA *et al*, 2020).



Figura 1: Capas resultantes da oficina para a 1ª edição.

Fonte: Acervo PET Arquitetura.

Foram produzidas duas edições da revista: a primeira foi *A Vida Cotidiana em Tempos de Distanciamento Social* (2020), como meio de registrar como as pessoas viveram a situação inesperada; a segunda edição, também lançada em tempos de pandemia, teve como tema *O que Acontece no PET* (2021), com a intenção de mostrar um pouco mais sobre o trabalho interno desenvolvido no PET Arquitetura (PETFAURB, 2023).



Figura 2: Ilustração do editorial e das atividades coletivas Quartas com a Faurb e Virada Sputnik, publicadas na 2ª edição da revista.

Fonte: Acervo PET Arquitetura.

No entanto, após o retorno das atividades presenciais em 2022, ao se abrir para participação de uma 3ª edição da revista, notou-se uma baixa adesão dos alunos. Assim, se viu a necessidade de repensar o que se vinha fazendo e questionar o formato como o grupo estava partilhando a produção acadêmica de arquitetura.

Nesse sentido, foi importante observar a questão ocularcentrista que envolve o meio e recordar que existem outras formas de apreender a arquitetura, que não apenas a experiência visual (PALLASMAA, 2011). Assim, após várias discussões entre o grupo, decidiu-se construir a ideia de transformar a Maloca em um projeto multiplataformas, onde além da revista, houvesse a produção de vídeo e áudio. O primeiro passo desse processo tem sido a construção do Podcast da Maloca.

2. METODOLOGIA

Diante do processo de criação de um novo formato de compartilhar o saber construído na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, buscou-se auxílio interdisciplinar para a consolidação da ideia. Ao procurar apoio dentro da própria instituição da UFPEL, encontrou-se o projeto de Educomunicação em Foco, gerido pelo Curso de Jornalismo e sob coordenação das professoras Marislei Ribeiro e Michele Negrini.

O Projeto Educomunicação em Foco promove a iniciativa de auxiliar na utilização do ambiente e estrutura da Rádio UFPEL, construindo essa ponte entre aqueles que possuem um conteúdo para partilhar com a população em geral e o meio de produzi-lo. A assessoria é ofertada de forma integral, desde o processo de produção dos roteiros dos episódios até a edição pós gravação, com a intenção de entregar o melhor resultado possível para a sociedade.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O trabalho se encontra em construção, sendo assim seus resultados parciais. Até o momento, o resultado principal foi a parceria construída entre esses dois projetos, PET Arquitetura e Projeto de Educomunicação em Foco, de forma interdisciplinar. Um roteiro para o episódio piloto já foi construído, com a participação confirmada de uma docente da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e dois petianos do PET Arquitetura, e já possui data marcada para execução no mês de setembro.

Os próximos passos são realizar o episódio piloto, colocá-lo no ar e analisar o resultado, para conferir se aquilo que se espera de fato ocorre - que é a adesão de mais ouvintes que se teve com a continuidade de edições da revista. Para além disso, será analisada também a capacidade de impacto desse conteúdo na população não vinculada à área da arquitetura e urbanismo.

4. CONCLUSÕES

Para além das expectativas quanto à adesão ao novo formato, se prevê também desafios quanto à produção do mesmo. O processo de transposição do repertório da arquitetura e urbanismo, predominantemente visual, para o meio do áudio se mostra um dos temas a serem explorados nesse processo. Outro desafio, que já tem se apresentado, é trabalhar com uma equipe interdisciplinar, coordenando diferentes dinâmicas de trabalho e linhas de raciocínio quanto à construção do material. No entanto, esses pontos têm instigado os pesquisadores a descobrir novas formas de abordar as questões mencionadas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- PALLASMAA, J. **Os olhos da pele**: arquitetura dos sentidos. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CUNHA, A. F; COSTA, J. R; MACHADO, T. G. O; BASTOS, Y. S; CARRASCO, A. O. T. MALOCA: REVISTA DOS ESTUDANTES DA FAURB. In: **CONGRESSO DE ENSINO DE GRADUAÇÃO**, VI. Pelotas, 2020. VI CONGRESSO DE ENSINO DE GRADUAÇÃO, 6ª Semana Integrada UFPEL. Online. Acessado em 03 set. 2023. Disponível em: <https://cti.ufpel.edu.br/siiepe/apresentacoes/2020/sa/ceg> .
- PETFAURB. **Maloca - revista do PETFAURB**. PET Arquitetura e Urbanismo, Pelotas, 2023. Acessado em 03 set. 2023. Online. Disponível em: <https://petfaurb.wixsite.com/petfaurb/revista-maloca> .

O ALCANCE DA QUÍMICA FORENSE EM INVESTIGAÇÕES. MAIARA SILVEIRA CALDEIRA ¹; CLARISSA MARQUES MOREIRA DOS SANTOS ²

¹Universidade Federal de Pelotas – maiara.silveira2001@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – clafarm_mm@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

No Brasil, grande parte da população tem acesso a redes sociais, dentre elas destaca-se o Instagram, objeto de disseminação de conhecimento e notícias, este meio tem intensificado a utilização de redes sociais para a divulgação científica. Esse tipo de atividade nos ambientes virtuais pode favorecer uma maior propagação de informações confiáveis, contribuindo para uma maior difusão da ciência e tecnologia (CUNHA 2009).

Segundo o filósofo inglês John Locke, a mente é, inicialmente, como uma "folha em branco" e todo o processo do conhecer, do saber e do agir é aprendido através da experiência. Dessa maneira, o trabalho "O alcance da Química Forense em Investigações" é uma ação que faz parte do projeto de extensão "Abordagens teóricas e práticas da Química Forense no âmbito pericial" tem como objetivo disseminar o conhecimento sobre a química forense para a comunidade através de publicações e enquetes na rede social Instagram, para que a "folha", segundo John Locke, seja preenchida com um conhecimento científico que nas últimas décadas vem sendo usado como ferramenta não apenas coadjuvante, porém muitas vezes decisivas na elucidação de crimes. Assim, a chamada Ciências Forenses estabeleceu-se como uma área interdisciplinar envolvendo física, química, biologia e matemática, com o objetivo de dar suporte às investigações. (FARIAS, 2017).

Diante desse contexto, a Universidade, por ser um ambiente voltado não só no ensino, mas em atividades de pesquisa e extensão, tem o dever de promover ações voltadas à população. Sendo assim, objetivou-se possibilitar uma maior integração da Universidade com o público externo através da divulgação científica por meio da rede social Instagram.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho irá expor as ações da rede social, Instagram, "O Alcance da Química Forense em Investigações" (Figura 1), realizadas no período de maio a novembro de 2023. Sua organização é composta por uma discente do curso de Química Forense.



Figura 1. Página criada no Instagram para divulgação científica.

Para a elaboração do trabalho foram realizadas reuniões presenciais entre a discente e a coordenadora do projeto para definir assuntos em que eles seriam abordados. Após definição desses aspectos, a discente, semanalmente, elaborava um material contendo um assunto a ser abordado e enviava para a coordenadora responsável, a qual analisava o material e, caso fosse sugerida alguma alteração, a aluna deveria realizar as devidas correções e só assim o conteúdo confeccionado seria liberado para publicação. Para a elaboração das postagens, a aluna contava com recursos disponíveis no próprio aplicativo, como elaboração de stories e imagens, e de outros aplicativos como o Canva.

Para a coleta de dados quantitativos, elaborou-se 2 (dois) formulários na plataforma Google Formulários, o primeiro foi realizado através do evento “MUNDO UFPEL: DE PORTAS ABERTAS PRA TI” o qual por meio da coleta de email do público que se interessou pelo curso tinha como objetivo buscar informações referentes ao interesse pela Química Forense e o feedback após a apresentação do curso. O segundo questionário foi efetuado mediante a postagem de story no Instagram para analisar o desempenho do projeto pela ótica dos seguidores.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No total, foram alcançadas 220 (duzentos e vinte) visualizações, conquistados 100 seguidores, com uma média de interação de 45%. A primeira publicação no instagram foi realizada dia 24 de maio de 2023 com a temática de apresentação do projeto.

Com a continuidade das publicações, seria interessante obter um feedback dos seguidores para que ficássemos cientes do que a população tinha de opinião sobre o projeto e o alcance do mesmo. Através do formulário realizado através da plataforma obtivemos algumas informações como o nosso público estava majoritariamente residindo na cidade de Pelotas (Gráfico 1), estava na faixa etária entre 18 a 25 anos (Gráfico 2) e possui conhecimentos anteriores as postagens por serem estudantes do curso de Química Forense (Gráfico 3).

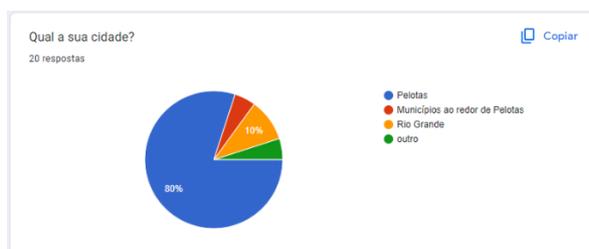


Gráfico 1. Resultado referente a cidade dos seguidores.

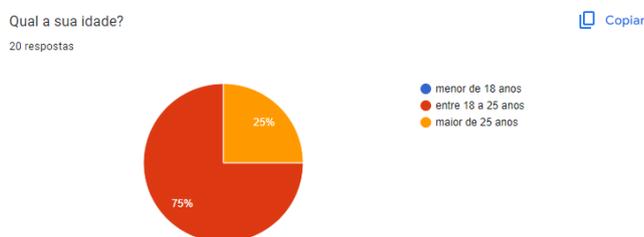


Gráfico 2. Resultado referente idade dos seguidores.

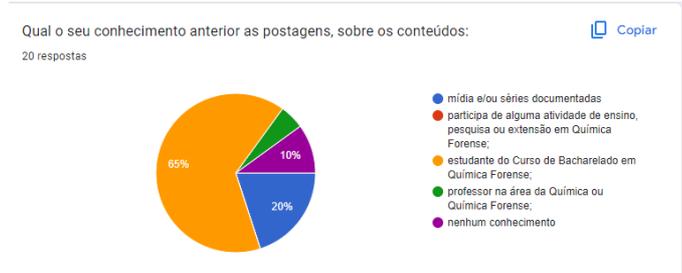


Gráfico 3 . Resultado referente aos conhecimentos anterior as postagens.

Sobre a atividade executada no evento “MUNDO UFPEL: DE PORTAS ABERTAS PRA TI”, obtivemos um pequeno retorno do público mas que nos trouxe informações como os interessados residiam majoritariamente em cidades ao redor de Pelotas (Gráfico 4), possuíam idade superior a 18 anos (Gráfico 5), se encontravam principalmente no 2º ano do ensino médio (Gráfico 6), 80% tinham interesse no curso (Gráfico 7) e o interesse era devido ao fato de gostar do assunto (Gráfico 8).

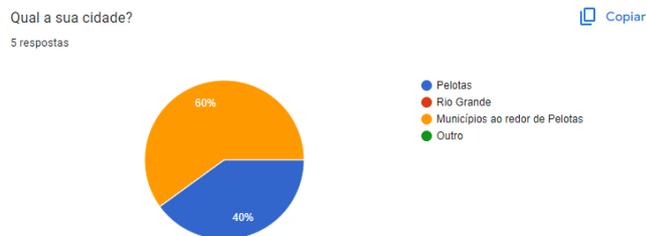


Gráfico 4 . Referente a cidade do público presente no MUNDO UFPEL.

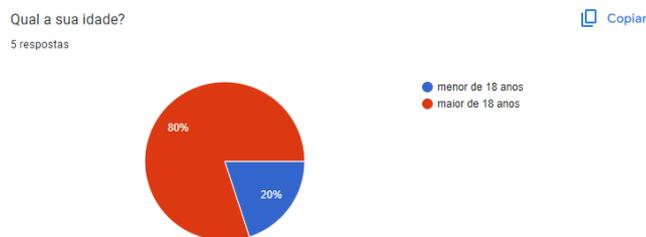


Gráfico 5 . Referente a idade do público presente no MUNDO UFPEL.

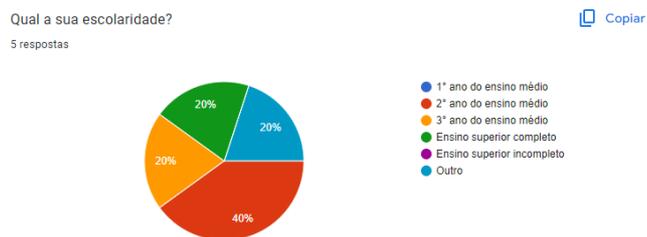


Gráfico 6 . Referente a escolaridade do público presente no MUNDO UFPEL.



Gráfico 7 . Referente ao interesse no curso do público presente no MUNDO UFPEL.

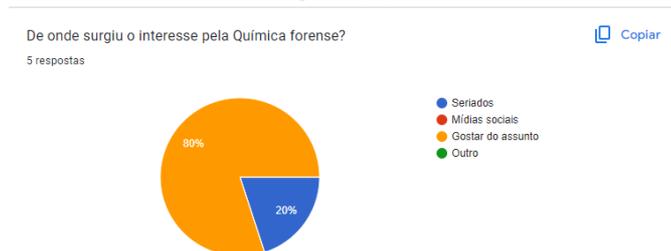


Gráfico 8. Referente ao motivo do interesse no curso do público presente no MUNDO UFPEL.

4. CONCLUSÕES

Diante dos resultados supracitados do projeto de extensão, conclui-se que a ação "O Alcance da Química Forense em Investigações" apresentou uma enorme divulgação sobre os diferentes temas no âmbito forense, mesmo que ainda esteja em andamento, foi possível observar a interação satisfatória com os seguidores e os mesmos se mostraram bastante contemplados com as informações e conhecimentos de relevância nos temas periciais. Entende-se que esta ação tem difundido o conhecimento da Química Forense no Âmbito Pericial de forma científica e técnica para que todos tenham a oportunidade de conhecer e aprofundar seus conhecimentos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CUNHA, Marcia Borin da. **A percepção de Ciência e Tecnologia dos estudantes de ensino médio e a divulgação científica.** 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

FARIAS, Robson Fernandes de. **Introdução à Química Forense.** 4ed. Campinas/SP: Átomo, 2017.

PROJETO PAPO DE GESTÃO: UMA ANÁLISE DAS PRIMEIRAS AÇÕES E RESULTADOS

MARCELO LOPES LIMA¹; ELIANA SIEGERT DOS SANTOS²; ARIANE BEATRICE SCHNEIDER WEGNER EHLERT ³; ADRIANA SOARES SCHAUN ⁴; FRANCIELLE MOLON DA SILVA ⁵; ALISSON EDUARDO MAEHLER ⁶.

¹UFPEl - *marcelo-adm@hotmail.com*

²UFPEl - *elianasiegert@gmail.com*

³UFPEl - *arianewegner123@gmail.com*

⁴UFPEl - *adriana.schaun@gmail.com*

⁵UFPEl - *franmolon@yahoo.com.br*

⁶UFPEl – *alisson_eduardo@ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

Gestores e trabalhadores em geral nem sempre dispõem das melhores fontes de informação para a tomada de decisões. Há inúmeras fontes de informação com conteúdo sobre gestão e finanças, mas muito dessas necessitam de pagamento de assinatura para seu acesso. Aliado a isso, nem sempre os trabalhadores da área de gestão possuem acesso a conhecimentos novos e importantes produzidos na academia. A principal forma de divulgação científica nas universidades, em especial em seus cursos de graduação e pós-graduação, são trabalhos de conclusão de curso, como monografias, teses e dissertações (PAPO de GESTÃO, 2023). Assim, com vistas a divulgar o conhecimento científico produzido na área de gestão e o apresentar de forma acessível o Curso de Tecnologia em Processos Gerenciais desenvolveu um site em forma de blog com conteúdo atualizados nos temas da economia, gestão, finanças, *marketing*, gestão de pessoas entre outros. O site apresenta entrevistas com professores, pesquisadores e gestores do mercado; reportagens; resultados de pesquisas; resumos de teses e dissertações e insights modernos sobre as temáticas, produzido por alunos, professores e técnicos em educação.

Assim, o objetivo deste resumo expandido é apresentar os primeiros resultados do projeto de extensão “Blog Papo de Gestão”.

2. METODOLOGIA

O trabalho em questão tem uma abordagem qualitativa com método de pesquisa documental (GIL, 2019). Foram analisados documentos como o projeto de extensão “Papo de gestão”, registrado no sistema Cobalto da UFPEl e aprovado pelo COCEPE da universidade, bem como a análise do site em si e seus resultados em termos de acessos e divulgação.

O projeto foi dividido em dois processos metodológicos para sua elaboração:

- criação e atualização de site em forma de blog, por meio da ferramenta *wordpress* institucional da UFPEl, plataforma essa livre para criação de sites institucionais; e coleta e produção de conteúdo, através de realização de reuniões quinzenais para definição de pautas e temas a serem tratados no período; realização de entrevistas presenciais e à distância com profissionais da área de

economia e gestão; escrita de matérias, reportagens e entrevistas e elaboração de resenhas sobre livros acadêmicos da área de gestão.

Os dados foram analisados em setembro de 2023. Usou-se a análise interpretativa do autor (TRIVINHOS, 2015) para análise dos textos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto teve início em 20 de março de 2023, quando o site foi lançado e tornado público pela primeira vez. Desde então, a equipe, formada por docentes dos cursos de Processos gerenciais e Jornalismo bem alunos de Administração, Processos Gerenciais, Turismo e Gestão Pública reúnem-se a cada duas semanas para debater as pautas, indicar entrevistados, atualizar o site e debater sua divulgação e ações futuras.

O site usa a ferramenta *Wordpress* e está disponível pelo acesso <https://wp.ufpel.edu.br/papodegestao/>. Ele usa um design padrão e possui diversas abas com informações. A Figura 1 a seguir apresenta o site:



Figura 1: Print do site
Fonte: Blog Papo de Gestão (2023)

As abas contêm informações como: artigos, acontece na UFPEL, dicas de qualificação, entrevistas, equipe, opinião e perfil gestor. Até o momento, foram realizadas 2 entrevistas com docentes de diferentes áreas da Ufpel; uma entrevista no Perfil gestor e várias atualizações de conteúdos, como as dicas de qualificação e eventos que acontecem na UFPEL.

O projeto participou do primeiro evento em agosto, que foi a I Semana Integrada de Empreendedorismo e Inovação do CCSO, que aconteceu entre os dias 08 e 11 de agosto de 2023 no Pelotas Parque Tecnológico. A equipe do projeto elaborou um banner que ficou exposto na mostra de projetos da Semana Integrada. Foi um momento de grande troca e divulgação do projeto para a comunidade da Ufpel e de fora dela.

Em termos de acessos, segundo estatísticas do site, obteve-se até a data de 08 de setembro, 131 visitantes no site, com 568 visualizações de conteúdo, com nenhum comentário. Os visitantes são todos do Brasil e encontram o site em grande parte por meio de ferramentas de pesquisa e pela divulgação no sistema

Cobalto da Ufpel. As abas que mais tiveram visualizações foram: 1) perfil gestor; 2) dicas de qualificação; 3) equipe e 4) entrevistas e 5) acontece na UFPel. Os meses com maiores visualizações do site foram abril, maio e setembro.

Foi criada por uma aluna do grupo a Logomarca do Projeto, que confere identidade visual e profissionalismo ao projeto. A partir disso também se criou, como uma evolução do projeto foi a criação do Perfil na Plataforma Instagram, dando maior visibilidade e engajamento ao projeto.



Figura 2: Logomarca do Projeto
Fonte: Instagram (2023)

O endereço pode ser conferido em @papodegestaoufpel e está ainda em desenvolvimento e divulgação.

4. CONCLUSÕES

O Projeto Papo de Gestão tem cumprido os seus objetivos e superado as expectativas em termos de acessos e visualizações. Várias ações já foram realizadas e muitas outras ainda estão previstas. A criação do perfil do Instagram foi um desdobramento do projeto não previsto, mas que dá maior alcance e visibilidade aos temas tratados no site.

O projeto além de permitir aos estudantes de diferentes cursos da UFPel um maior conhecimento sobre mídia, tecnologia, elaboração de sites e realização de entrevistas e fotografias, permite também aproximar a comunidade externa da Ufpel conheça o que se está trabalhando e pesquisando nos cursos de gestão da universidade; tenha acesso a conteúdo relevantes e atualizados de gestão; saiba dos eventos e também possa entrar em contato direto com professores e alunos do projeto para tirar dúvidas e buscar informações, além de opinar sobre o que gostaria de saber sobre gestão.

A internet e as redes sociais passam a ser ferramentas de baixo custo e democrática para ampliação do conhecimento produzido na universidade, numa linha de divulgação científica e tecnológica, com ampla participação discente em sua concepção e atuação. Como ações futuras a equipe esperar abrir espaço em novas plataformas, como Youtube© e criação de podcasts sobre os temas da gestão. Como limitação destaca-se o curto período de análise (menos de 1 ano) e a necessidade de maior divulgação fora da universidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019

PAPO DE GESTÃO. Informações gerais. Disponível em <https://wp.ufpel.edu.br/papodegestao/> Acesso em 08 de setembro de 2023.

PAPO DE GESTÃO. **Projeto de extensão “Papo de Gestão”**. UFPel: Pelotas: 2023.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA REALIZADO PELA MARTE - AGÊNCIA DE CONTEÚDO: O CASO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS (PPGL/UFPEL)

**SARA LOPES DA SILVA¹; LUÍSA BRITO DA COSTA²; RIDLEY MADRID³; MARISLEI
DA SILVEIRA RIBEIRO⁴**

¹*Universidade Federal de Pelotas – sara.lopes.com@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – luisabritocosta783@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – euoridley@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar uma análise da comunicação estratégica das ferramentas de Assessoria de Imprensa, assimilados ao longo do curso de Jornalismo, aplicada às mídias sociais do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pelotas (PPGL/UFPEL), através das atividades exercidas pelo projeto de extensão do curso de Jornalismo da UFPel: Marte- Agência de Conteúdo.

O advento da Internet e, principalmente, dos sites de redes sociais, surgiram com o objetivo de facilitar a vida em sociedade, segundo CAPELLA; FARIA; DUARTE (2018, p. 369), uma das principais necessidades de um Assessor de Imprensa é a adaptação aos novos meios de exercer a profissão. “Para isso, a gestão das mídias sociais em assessoria de imprensa significa admitir o impacto que a nova forma de informação proporcionou à oferta de conteúdos e engajamento de público”.

Nessa ótica, as atividades feitas pela Marte não se limitam somente à manutenção e administração de redes, assim como indica MAFEI (2015, p. 14), “a Assessoria de Imprensa domina uma rígida metodologia de trabalho, planejando e gerenciando os custos de suas atividades, bem como pensando em produtividade e novos produtos e serviços a serem oferecidos ao cliente. O assessor é um gestor de pessoas e orçamentos”.

2. METODOLOGIA

As metodologias aplicadas neste artigo são, essencialmente, a Pesquisa Documental (GIL, 2008), o Estudo de Caso, conforme indicado por YIN (2001, p. 21) “em resumo, o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real — tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores”, também foi aplicado o modelo DPIM (Diagnosticar, Planejar, Implementar e Medir) (FIGUEIREDO, 2020, p. 55).

Inicialmente, utilizou-se da pesquisa documental e do Estudo de Caso para entender os principais pontos abordados pelo cliente (PPGL/UFPEL), conhecer seu público e sua forma de atuar nas mídias sociais — trata-se de um assessorado com alta visibilidade pública, quer divulgar seu trabalho e as contribuições dadas, quer se posicionar publicamente para defender causas e interesses de grupos específicos ou da sociedade em geral ou gostaria que a própria empresa, instituição, família e

amigos fossem totalmente esquecidos pela imprensa (MAFEI, 2015) —. Com base nisso, foi feito o diagnóstico da instituição, utilizando-se a Análise SWOT, do inglês Strengths (força), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças) (KUNSCH, 2003).

De posse do histórico e do diagnóstico, foi realizado um planejamento que possibilitou a criação de um cronograma de postagens, discutido pela equipe em suas reuniões semanais e repassado aos clientes, visando priorizar suas necessidades, como informar o público acerca de eventos, palestras e bancas de defesa, dentro da plataforma online Instagram. Com relação ao site institucional, segunda forma de contato mais utilizada pelo Programa, seguiu-se o modelo adotado anteriormente, priorizando os eventos e bancas. Ademais, foram publicadas entrevistas com coordenadores e alunos no YouTube, como uma forma de atrair um novo tipo de público para o serviço feito pelo PPGL, assim como o envio de releases à Coordenação de Comunicação Social (CCS) da UFPel sobre questões pertinentes à comunidade.

Por fim, após a implementação das ferramentas supracitadas, a Marte também responsabilizou-se pelo envio, a cada final de mês, de relatórios completos sobre o engajamento das mídias, como uma forma de proporcionar serviço completo e de qualidade aos assessorados, bem como mostrar como as práticas de AI são implementadas no dia a dia.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Marte surgiu como forma de aproximar os alunos do mercado de trabalho, em especial das áreas de assessoria de imprensa, marketing digital e produção de conteúdo escrito e audiovisual. Atualmente, o projeto desenvolve serviços para clientes em mais de uma área, dentre os quais estão inseridos os seguintes projetos da própria Universidade Federal de Pelotas: o Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidade (GBEM), o Hospital Escola da Universidade Federal de Pelotas (HE-UFPel), o Museu Diários do Isolamento (MuDI), o Programa de Pós-Graduação em Biodiversidade Animal (PPGBio) e o Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL). Além disso, também está presente na lista de assessorados a Pesquisa Termômetro Social Brasil, que visa medir os impactos da pandemia de COVID-19 na vida dos brasileiros a partir de aspectos sociais.

A aplicação de ferramentas de Assessoria de Imprensa às redes sociais do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pelotas (PPGL/UFPel) foram parte fundamental do trabalho exercido pela equipe. A apresentação de briefings como forma de instruir os assessorados a respeito da mídia e seu funcionamento, bem como a Análise SWOT após a finalização dos semestres letivos, como forma de trazer um levantamento dos resultados obtidos, são parte das atividades desempenhadas.

No entanto, a Marte também preocupou-se com a questão estética das mídias sociais do Programa, e o estabelecimento de uma identidade visual foi fundamental para trazer visibilidade e reconhecimento para o Programa fora de sua bolha de atuação — um grupo de pessoas que se unem através de um interesse mútuo, nesse caso, o PPGL —. Com base nisso, pode-se perceber como a equipe atuou para modificar a visão geral da conta, através da comparação abaixo.

Figura 1- Antes e depois do perfil no Instagram (@ppglufpel)



Fonte: Própria do Trabalho/ 2023

Além disso, é possível perceber, também, um aumento tanto no engajamento quanto no número de seguidores do Programa, nos últimos seis meses. Para DUARTE (2018), a utilização das mídias sociais é responsável por possibilitar maior velocidade no compartilhamento de informações. Ou seja, torna-se parte do trabalho a ser desempenhado pela assessoria de comunicação ter um bom planejamento de horários, conteúdos e dias a serem utilizados para que determinada publicação alcance seu público alvo. No caso do Programa de Pós-Graduação, tanto os seguidores quanto as publicações obtiveram um aumento nos últimos três e seis meses, a partir da adoção das medidas supracitadas.

Figura 2- Análise do número de seguidores e engajamento das publicações feitas nos últimos três e seis meses, respectivamente.



Fonte: Própria do Trabalho/ 2023

Segundo MAFEI (2015), o ato de assessorar não se trata apenas de reafirmar as instituições, mas, diante do período em que a imprensa encontra-se, conversa diretamente com as mudanças sociais e culturais, com a integração de pessoas e comunidades, com a busca de visibilidade para projetos. O assessor desempenha um papel de gestor estratégico, onde dele dependerá a imagem da organização.

4. CONCLUSÕES

Partindo dos conceitos abordados, nota-se que muitos segmentos já perceberam a importância de contar com um profissional de comunicação para estabelecer as relações entre a instituição e seu público de interesse. Cada vez mais um trabalho organizado e planejado na área de Assessoria de Imprensa traz visibilidade e uma construção da imagem positiva entre o assessorado e a opinião pública.

Por fim, percebe-se também a importância de, cada vez mais, profissionais da área da comunicação multifacetados, ou seja, preparados para lidar desde o dia a dia habitual da instituição que representa, às crises decorrentes de inúmeras situações. Para isso, a importância do desenvolvimento de projetos de extensão que visem preparar os alunos para o mercado de trabalho são fundamentais, pois os ensinam não somente como aplicar as ferramentas obtidas ao longo do curso, mas como agir sob pressão e desenvolver raciocínio lógico e criativo com rapidez e eficiência.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPELLA, R.; FARIA, A.M.D.; DUARTE, J. Gestão das Mídias Sociais em Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, J. (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 5. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2018, p. 369-389.

DUARTE, J. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 5. ed. rev. São Paulo: Atlas, 2018.

FIGUEIREDO, S. Diagnosticar, monitorar e medir. Reputação em três campos. In PRADO, E.; LINS, T.M. (Org.). **Gestão da reputação: riscos, crises e imagem corporativa**. São Paulo: ABERJE, 2020, p. 55-63.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MAFEI, M. Introdução: Não se acomode. In: MAFEI, M. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. 5. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015, p. 14.

MAFEI, M. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia**. 5. ed., 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

YIN, R.K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DEMOCRATIZAÇÃO DA REVISÃO DE TEXTOS DE GÊNEROS DIVERSOS: TRABALHO GRATUITO E DE QUALIDADE

ANTÔNIA DOS REIS BARCELLOS¹; LETÍCIA CHRISOSTOMO BORTT
MOREIRA²; SANDRA MARIA LEAL ALVES³

¹Universidade Federal de Pelotas – antonia.barcellos@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – leticiabort@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – smlalves@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Este resumo tem como objetivo apresentar o projeto de extensão *Práticas de Revisão de Textos*, seu processo de recebimento, o processo da prática de revisão, os tipos de textos revisados e o impacto desse trabalho na comunidade. Esse projeto, que também caracteriza-se no âmbito do ensino, uma vez que possibilita a oportunidade de aprendizagem na prática de revisão para os alunos do curso de Letras – Redação e Revisão de Textos da Universidade Federal de Pelotas, propicia o trabalho de revisão de textos para a população externa à Universidade Federal de Pelotas, de forma gratuita e de qualidade. O trabalho oferecido promove, nos textos, a revisão textual em nível ortográfico, gramatical e linguístico, com base em gramáticas tradicionais como Cegalla (2008) e Cunha e Cintra (2016), Ataliba Castilho (2012) e Azevedo (2012) e, também, dicionários como Priberam e manuais de revisões específicas.

Antes de detalhar o processo de revisão e os tipos de textos revisados, vamos descrever como ocorre o processo da chegada dos textos. Para que a atividade prática do Núcleo de Revisão de Textos¹ funcione, o Núcleo faz uma divulgação do serviço no seu Instagram, no site do Centro de Letras e Comunicação (CLC) e no site da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), disponibiliza seu e-mail a fim de que todos os interessados enviem os pedidos de revisão, e solicita sempre que, já no e-mail, o solicitante diga qual o prazo limite que necessita da revisão concluída – para ver se cabe na nossa agenda – e que encaminhe o texto em formato Word para que seja possível que a revisão ocorra via programas de edição de textos. Depois de apresentar a etapa de recebimento dos textos, passamos a descrever a etapa da revisão, que será apresentada na metodologia, de forma a descrever também como se dá o processo da revisão por partes dos integrantes do projeto, e, nos resultados e discussão, vamos mostrar, os tipos de gêneros textuais que chegam ao Núcleo de Revisão de Textos e expressar em números, a partir dos textos já revisados entre os anos de 2018 a 2023, o impacto do serviço do Núcleo de Revisão na comunidade.

2. METODOLOGIA

O processo de revisão ocorre, como já mencionado anteriormente, via programas de edição de textos. Os integrantes do Núcleo de Revisão de Textos - estudantes do curso de Letras – Redação e Revisão de Textos - revisam os textos recebidos em conjunto, geralmente dividido por número de páginas ou capítulos,

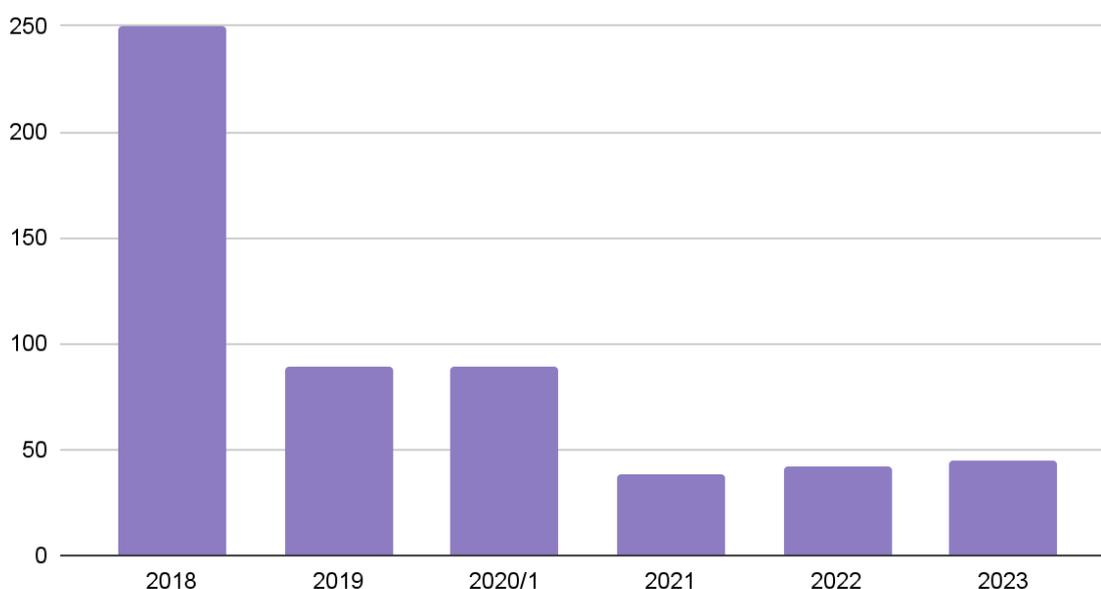
¹ Núcleo de Revisão de Textos trata-se do local onde ocorrem as reuniões com os integrantes do projeto, pois o trabalho propriamente dito é feito online.

quando trata-se de textos extensos. O trabalho é uma atividade coletiva e é inspecionado sempre pela professora responsável pelo projeto, e também orientadora deste resumo, Sandra Maria Leal Alves. Atualmente, os membros do projeto são estudantes entre o 5º e o 8º semestre do curso de Letras – RRT. São estudantes que já estão acostumados com as atividades práticas no laboratório do Núcleo, no entanto, sempre quando há novos ingressantes, os membros mais experientes recebem e orientam os novos colegas. Vale lembrar que, além dos membros utilizarem programas de edição de textos, eles utilizam o recurso de “edição/controle de alterações”, para diferenciar o texto original do texto revisado. Entendida a forma de trabalho dos estudantes revisores e membros do Núcleo de Revisão de Textos, a seguir, vamos mostrar quantos textos já foram revisados pelo Núcleo entre os anos de 2018 e 2023, data atual deste resumo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O gráfico a seguir detalha quantas revisões foram realizadas pelo NRT nos anos de 2018² a 2023. Vale ressaltar que entre os anos de 2020/1 a 2022/2 houve o período pandêmico e, assim, o Núcleo de Revisão de Textos reduziu drasticamente suas atividades, as quais foram realizadas somente pelos estudantes do curso de Bacharelado em Letras – Redação e Revisão de Textos em período de estágio curricular obrigatório. Apenas no ano atual, 2023, as atividades de revisão – presenciais e remotas – foram retomadas de modo a atender, sempre que possível, a integralidade da demanda.

Textos revisados



² O NRT iniciou suas atividades em 2017 e os trabalhos realizados naquele ano foram quantificados juntamente com os trabalhos realizados em 2018, por isso a discrepância da coluna (2018) em relação aos demais anos.

De acordo com os números das revisões e um levantamento feito no acervo documental do projeto, tem-se que a maioria dos textos revisados (cerca de 80%) são textos do gênero acadêmico, somando-se em monografias, dissertações, teses e artigos. Os demais textos recebidos e revisados pelo Núcleo tratam-se de textos ficcionais e de textos instrucionais, como manuais, por exemplo.

4. CONCLUSÕES

Concluimos que o trabalho proposto no projeto de extensão, denominado *Práticas de Revisão de Textos*, além de proporcionar aos estudantes do curso de Bacharelado em Letras – Redação e Revisão de Textos a oportunidade de atuar, já durante os anos de formação, diretamente na atividade prática de revisão, também tem grande relevância para a comunidade em geral – filiados ou não a universidades, atingindo colegas de outras instituições, como IFs e outras UFs, e também alunos e cidadãos do Brasil, dos mais diversos níveis de escolaridade, que solicitam revisões textuais de outros gêneros textuais, uma vez que o projeto beneficia pessoas de todos os estados do Brasil e torna o serviço de revisão textual acessível, de qualidade e gratuito para todos os cidadãos brasileiros.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, José Carlos de. **Gramática Houaiss da Língua Portuguesa**. Publifolha, 2012.

CASTILHO, Ataliba T. de. **Nova Gramática do português brasileiro**. Contexto, 2012.

CEGALLA, Domingos Paschoal. **Novíssima gramática da língua portuguesa**. Companhia Editora Nacional, 2008.

CUNHA, Celso; CINTRA, Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. LEXIKON Editora Digital Ltda, 2016.

PRIBERAM, **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa**, Página inicial, 2008. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/>. Acesso em: 11 de set. 2023.

PROGRAMA VOZES DO MUNDO

FÁBIO AMARO SILVEIRA DUVAL¹; JÉSSICA SCHUG²; MATHEUS SILVA SANTOS³; JONATHAN FEIJÓ⁴; ARTHUR ALVES ECHENIQUE⁵; HAILTON JYAN KRUGER SILVA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – fasduval@terra.com.br

²Universidade Federal de Pelotas – jessicasschug@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – matheusssantos4silva@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – jonathanspf@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – echeniquealves.rs@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – jyan6.0@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão Vozes do Mundo refere-se ao programa de rádio homônimo que será levado ao ar nas quartas-feiras, das 15 às 16:00 horas, pela RadioCom Pelotas, 104.5 FM. O programa de rádio Vozes do Mundo foi ao ar pela primeira vez em março de 2018, ainda vinculado a outro projeto de extensão, o ConjuntuRI, sob minha coordenação. Em 2019 e 2020, mesmo durante a pandemia, o programa de rádio funcionou como projeto de extensão autônomo no âmbito da UFPel.

Esta proposta de projeto de extensão visa a retomar as atividades do referido programa de rádio. O programa Vozes do Mundo tem como objetivo apresentar para a comunidade em geral, da cidade de Pelotas, adjacências e nacionalmente, os temas relacionados à política internacional, em uma linguagem acessível e palatável ao grande público. Ademais, o projeto tem como objetivo, também, proporcionar aos alunos a formação necessária e a experiência na fala pública e em veículos midiáticos.

Igualmente, o projeto também visa a, complementarmente, tornar o campo de estudos das Relações Internacionais e o curso de Relações Internacionais da UFPel conhecidos do grande público, de modo contribuir para tornar este uma referência regional e nacional nos temas afeitos à política internacional. Além disso, tem o objetivo de produzir um programa de rádio semanal, de uma hora de duração, ao vivo e posteriormente disponibilizado nas mídias e redes do projeto e da RadioCom FM Pelotas e assim difundir o conhecimento através do rádio.

2. METODOLOGIA

O programa Vozes do Mundo é veiculado semanalmente, às quartas-feiras das 15 às 16:00 horas, pela RadioCom Pelotas 104.5 FM. O programa é dividido em dois blocos de aproximadamente meia hora, nos quais são feitas análises de temas pontuais da política internacional previamente combinados e preparados na semana que antecede o programa.

Os programas são realizados ao vivo nos estúdios da RadioCom Pelotas e difundidos pelas ondas da 104.5 FM. Adicionalmente os programas são gravados e disponibilizados via Spotify do Programa e nas mídias eletrônicas da RadioCom Pelotas, de modo a ampliar o alcance do programa a um público virtualmente irrestrito.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto apresentou para a comunidade em geral (da cidade de Pelotas, adjacências e nacionalmente) os temas relacionados à política internacional, em uma linguagem acessível e palatável ao grande público, de modo a capacitar os alunos a atuarem em veículos midiáticos, e ampliando o conhecimento sobre o campo de estudos das relações Internacionais e a contribuindo para tornar o curso de Relações Internacionais da UFPel uma referência na área. Somado a isso, o projeto faz com que o campo de estudos das Relações Internacionais e o curso de Relações Internacionais sejam conhecidos do grande público, fornecendo-lhe análises de questões complexas da política internacional em uma linguagem acessível ao público leigo, na medida em que estas questões afetam suas vidas cotidianas, de forma direta ou indireta.

4. CONCLUSÕES

Além de apenas outro noticiário que se resume a uma compilação de fatos daquilo que acontece além das nossas fronteiras, o programa Vozes do Mundo empenha-se em desdobrar criticamente os diferentes aspectos da vida internacional, buscando unificar teoria e prática de forma tangível ao interlocutor.

Por fim, o trabalho se destaca em posterior das tentativas de compreensão dos complexos movimentos geopolíticos que acontecem, às vezes, a oceanos de distância, demonstrar ao público como somos parte indissociável deste todo, e as consequências à vida cotidiana por ele apresentada.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GONÇALVES, N. G. . Indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão: um princípio necessário. **Perspectiva** , v. 33, p. 1229-1256, 2015.

RUAS, CLÁUDIA ; SILVA, INARA SOUZA ; SOCORRO, LORENA ARANTES DO . A utilização dos meios de comunicação como fator de inclusão social. **INTERAÇÕES** , v. 22, p. 717-724, 2021.

O DESIGN COMO AGENTE NA PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS EXTENSIONISTAS: PROJETO ECOGAPE

AMANDA PACCANARO MARINO¹; SUZANA ANTIQUEIRA DE CASTRO²; ANA DA ROSA BANDEIRA³; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – amandapaccanaro@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – suzanaantc@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – profa.heloisa.duval@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular abraçado pelo Programa de Ensino Tutorial (PET GAPE) é um grupo multidisciplinar integrado ao curso de Pedagogia da UFPel. Seus integrantes são oriundos de cursos de diversas áreas do conhecimento (como Design Gráfico, Nutrição, Biologia, entre outros), o que permite ações interdisciplinares a partir de diferentes temáticas. Com foco na educação popular, o GAPE tem forte atuação nas ações extensionistas com a comunidade de Pelotas e região, utilizando de abordagens essencialmente participativas que visam o empoderamento da comunidade como meio de transformação social.

Dentre as ações do grupo promovidas no último ano, está incluído o projeto “Zine-se”, que pretende, a partir da aplicação de conceitos e técnicas do design gráfico, promover a divulgação e produção de conteúdo do grupo para a comunidade e da comunidade para o grupo através de *fanzines*¹ e outros materiais gráficos editoriais. Assim, ele pode ser considerado, assim como o próprio Design, um projeto “guarda-chuva²” por servir como um canal de divulgação do conteúdo que o grupo desenvolve tanto para seus próprios membros quanto para e com a comunidade.

Alguns dos materiais desenvolvidos foram as *fanzines* “08.03.2023”, uma produção colaborativa entre as integrantes dos cursos de Design Gráfico e Nutrição do grupo por oportunidade do Dia da Mulher, que foi distribuída nos banheiros dos Campus ICH e Centro de Artes da UFPel no dia 08 de maio. Outro exemplo são as *fanzines* “Come, bem!”, idealizadas para a promoção do *ebook* com mesmo nome que está sendo confeccionado pelo grupo; e finalmente as *fanzines* “Xepa do GAPE: Sabor, simplicidade e nutrição!”, feitas para o projeto EcoGAPE.

O objetivo deste trabalho, portanto, é descrever a construção visual do material desenvolvido para o projeto EcoGAPE, criado para a promoção da sustentabilidade por meio do consumo consciente de alimentos e através da produção ecológica de hortaliças. Criado de forma colaborativa com as integrantes dos cursos de Design Gráfico, Nutrição e Biologia do grupo, as ações foram planejadas para acontecer nas feiras livres de Pelotas e na feira do produtor de São José do Norte.

¹ Revistas de produção independente e/ou autoral com formato variados que podem integrar textos de tamanhos intermediários com temáticas efêmeras (opiniões e abordagem de objetos sazonais), mas que agregam valores perenes (ações culturais, políticas e sociais). Fonte: journals.openedition.org/spp/2088. Acesso em: 02 set. 2023.

² Termo conhecido para designar projetos que abarcam outros subprojetos desenvolvidos de forma colaborativa com áreas ou instituições diversas. Fonte: <https://encurtador.com.br/yJU39>. Acesso em: 02 set. 2023.

2. METODOLOGIA

O projeto foi construído a partir de uma pesquisa exploratória e documental que utiliza revisão bibliográfica acerca dos temas sustentabilidade, alimentação e design gráfico vernacular³ que foram propostos conforme a área trabalhada por cada uma das integrantes do projeto.

A produção do material visual se dá por meio de uma metodologia projetual adaptada de *Design Thinking* a partir de Cavalcanti e Filatro (2017), que a desenvolvem especificamente para a área da educação. As autoras apontam a prática do design como colaborativa e interdisciplinar, gerando inovação e o ensino-aprendizagem. Além disso, desde as primeiras concepções de ideias também foi levado em consideração a empatia com o público com o qual nos propusemos trabalhar.

De modo geral, o projeto foi proposto para ser desenvolvido a partir de três principais etapas que envolvem a inspiração, ideação e implementação (BROWN, 2009), com um desenvolvimento mais apurado à fase de implementação, que envolveu também uma fase de análise dos produtos gráficos produzidos e do conteúdo abordado durante as ações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Cavalcanti e Filatro (2017), a primeira etapa projetual é aquela que envolve a contextualização do problema e busca por inspiração que motive soluções. Desse modo, o grupo fez um levantamento das possíveis abordagens e conteúdos a serem desenvolvidos para a ação levando em consideração o ambiente e o público-alvo que a ação pretendia. Sendo assim, foram planejadas demonstrações dos processos de limpeza dos alimentos, mostras de possíveis plantios de cultivo doméstico e degustações de receitas de aproveitamento integral de alimentos, contando com o apoio de um material gráfico especificamente criado para tal. Com os conteúdos estabelecidos, uma pesquisa exploratória, teórica e visual foi redigida considerando ainda o contexto social no qual as ações ocorreriam.

Uma vez estabelecida a imersão ao tema, se iniciou a segunda etapa do projeto que consiste na projeção de soluções ponderadas pela empatia com o público alvo e também, pelos recursos de que o grupo dispunha. Desse modo, foram decididos os formatos dos materiais gráficos como panfletos projetados para abarcar os conteúdos de limpeza das frutas e vegetais e cultivo de hortas urbanas, atentando à eficiente navegação e seu fácil transporte que material dispõe, além de ter um baixo custo de produção. Já o material relativo ao aproveitamento integral dos alimentos é apresentado em formato de *fanzine*, que permite uma maior variabilidade de formatos com múltiplas páginas, pluralidade de conteúdos e ainda a possibilidade de periodicidade.

Além do material físico, sentiu-se a necessidade de produzir um material para a divulgação, promoção e documentação do projeto nas plataformas digitais e de redes sociais do grupo como o Instagram e o Wordpress, que são tidos como espaços virtuais propícios aos objetivos descritos devido sua ampla visibilidade e acessibilidade pela comunidade. No primeiro momento, as peças digitais

³ É o design gráfico popular, provido e criado por aqueles que não possuem estudos específicos da área de design para sanar suas próprias necessidades. Fonte: encurtador.com.br/esGPR. Acesso em: 02 set. 2023.

elaboradas foram *stories* de chamadas individuais e cronograma das ações e publicações no formato de carrosséis⁴.

A identidade visual dos materiais do projeto tem base na estética do design vernacular, comumente encontrado em ambientes de vendas populares locais, feiras e outros materiais promocionais de produção independente. Suas características são incorporadas ao material a partir da tipografia, imagens e cores, elementos fundamentais do design gráfico (AMBROSE; HARRIS, 2009).

Para os títulos e subtítulos, foram usadas tipografias com características manuscritas e caligráficas, semelhantes às de letreiros de ofertas ou de *letterings* urbanos. Já as imagens, que abarcam a função de auxiliar nas informações escritas e atrair a atenção do espectador, são desenvolvidas por ilustrações de estética que dialogam com as tipografias escolhidas. Já a paleta de cor foi feita utilizando referências do design vernacular que, por questões orçamentárias, se restringiu somente ao meio digital.

Antes de seguir com a implementação e produção dos materiais, o grupo se debruçou sobre a definição do nome do projeto e da *fanzine*, que é tratado como um periódico. As escolhas foram feitas a partir da área de conhecimento, possibilidades de atuação do projeto e pregnância⁵ da escrita e do som das palavras, sendo definido “EcoGAPE” (junção da palavra “Ecologia” com “GAPE”) para o projeto e “Xepa do Gape” para a *fanzine* com as receitas de aproveitamento de alimentos.

A próxima etapa aborda a execução e produção das ideias propostas. Os materiais gráficos tiveram o *layout* definido, com a função de intensificar a pregnância da identidade dos panfletos. A *zine* tem seu formato definido a partir do conteúdo que foi selecionado e, principalmente, pela simplicidade de manejo, navegação e produção. Quando finalizados, os materiais gráficos foram submetidos a testes de impressão para a apuração da sua visualidade e adequação. Após as ações, ele também é recorrentemente revisado conforme a recepção do conteúdo pelo público:

Figura 1 e 2: Panfleto sobre higienização correta de frutas e verduras; segunda edição da zine “Xepa do Gape”.



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Como forma de extensão das promoções do projeto, houve a adaptação dos materiais impressos para os meios digitais, que foram feitos no formato de *stories*

⁴ Publicações do Instagram que apresentam mais de uma imagem.

⁵ Diz respeito à percepção das formas e figuras de um elemento visual. A alta pregnância é caracterizada pela harmonia e fácil compressão.

para publicação no Instagram do GAPE. Conforme a realização das ações, se teve uma demanda da produção de adesivos, que como um meio provisório, serviu para a identificação das integrantes do grupo. Além disso, também surgiu a necessidade de um material visual para atrair a atenção do público que informasse sobre os materiais ofertados e o local exato em que o grupo estaria na feira. Daí surgiram cartazes que são colados entre as barraquinhas dos feirantes. Em razão das baixas tiragens de impressos desses materiais, eles puderam ser impressos em cores, que seguiram a mesma paleta dos materiais digitais.

4. CONCLUSÕES

O projeto teve ao todo quatro ações, sendo três no município de Pelotas e uma no município de São José do Norte, onde foram distribuídos à comunidade cerca de 150 zines e mais de 80 panfletos. Portanto pode-se dizer que o projeto obteve uma ampla aceitação e acolhimento do público, em especial o conteúdo sobre aproveitamento integral dos alimentos, que pode se justificar pelo modo da sua abordagem durante a ação (apresentado junto a degustações) e também, pelo seu formato e conteúdo que incita a interação de forma mais objetiva. E apesar das temáticas serem pensadas e abordadas como método de educação rápida, os materiais gráficos possibilitaram um maior envolvimento do público justamente pela facilidade e fluidez da transmissão da informação.

Durante a execução do projeto foi possível experienciar duas maneiras de se fazer a educação popular, uma que aborda um público-alvo com maior acesso de informações e outra, que é feita com um público de menor acesso, leigo. Em ambos os casos, a troca de aprendizagens é feita de maneira horizontal, na qual o educador assume um papel de igualdade frente ao educando, instigando a participação mútua e validando toda informação que retorna.

Com a devida exposição do processo de construção do projeto e seus materiais gráficos postos neste trabalho, é evidente a desenvoltura do design como um eixo interdisciplinar e colaborativo que estimula a inovação e enriquece a aprendizagem, ações primordiais para a educação popular que constrói o conhecimento junto a comunidade (BRANDÃO, 1986), assim como a extensão.

Ter a oportunidade de estar presente como educador em ambientes tão voláteis e suscetíveis ao imprevisível, como as feiras livres, garantiu às autoras deste trabalho a vivência de toda a filosofia e teoria da educação popular. É a chance de levar o conhecimento científico, e muitas vezes rígido, da universidade para o público que a constrói.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRANDÃO, C. R. **Educação Popular**. 3ª edição. São Paulo, Brasiliense, 1986.
- BROWN, T. **Change by design**. New York: Harper Business, 2009
- FILATRO, A. C.; CAVALCANTI, C. C. **Design thinking na educação presencial, a distância e corporativa**. São Paulo, Editora Saraiva, 2017. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547215804/>. Acesso em: 02 set. 2023.
- AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Fundamentos de design criativo**. Porto Alegre, Grupo A, 2012. E-book. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701281/>. Acesso em: 09 set. 2023.

ADAPTAÇÃO E RENOVAÇÃO: O PROJETO FALANDO EM EDUCAÇÃO

RAFAELLA PETRUCCI ALVETTI¹; ALINE ACCORSSI²; SIMONE GONÇALVES DA SILVA³

¹ Universidade Federal de Pelotas – rafaella.alvetti@hotmail.com

² Universidade Federal de Pelotas - alineaccorssi@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – silva.simonegon@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este resumo tem como objetivo apresentar a vivência experienciada como bolsista de extensão no âmbito do projeto intitulado "Falando em Educação: Fazendo História na e com a FaE". O mencionado projeto tem como finalidade estabelecer um cenário propício para o debate e a análise de temas atuais concernentes à educação brasileira, em consonância com as atividades de ensino, pesquisa e extensão realizadas na Faculdade de Educação da Universidade Federal de Pelotas (FaE/UFPel).

Integrei o projeto de extensão 'Falando em Educação' no início do ano corrente. Trata-se de um projeto com uma longa trajetória, com mais de 30 anos de existência, que se propõe a debater questões contemporâneas na área da educação. Para isso, desenvolve ações por meio de diálogos, reunindo professores, estudantes, pesquisadores e a comunidade em geral, para abordar uma ampla gama de tópicos.

Devido à pandemia e à necessidade de distanciamento social, foi imperativo desenvolver um novo método para realizar essas discussões. Como resultado, as reuniões quinzenais foram adaptadas para o ambiente virtual. Nesse período, que se estende até o ano de 2023, o projeto se reorganizou, alinhando-se com as mudanças ocorridas no contexto pós-pandemia e com as proposições de curricularização da extensão nos cursos de pedagogia.

Foi nesse cenário que minha contribuição como bolsista tornou-se relevante. Juntei-me ao projeto em um momento de renovação, quando ele estava se adaptando às novas circunstâncias pós-pandemia e de curricularização. Como bolsista, participei da formulação de estratégias e métodos destinados a aumentar a visibilidade do projeto e a atualizá-lo para atender às demandas do momento presente. Surgiu, então, a iniciativa de conceber uma nova identidade visual e criar materiais que revitalizassem o projeto.

Para apresentar essa nova identidade visual e atrair novos interessados para nossos debates, decidimos aproveitar o evento "Mundo UFPel - Portas Abertas para Ti".

2. METODOLOGIA

O objetivo primordial reside na retomada da audiência dos encontros quinzenais, ao mesmo tempo em que se busca estabelecer um espaço mais inclusivo para que a comunidade acadêmica tenha acesso ao projeto de maneira intuitiva. Para alcançar essa meta, adotou-se uma abordagem fundamentada nas

premissas do design, resultando na concepção de uma identidade visual completamente renovada para o projeto.

A definição do propósito e da mensagem central do projeto foi obtida através de diálogos com a professora orientadora. Reconhecendo a necessidade de adaptação em um cenário em constante evolução, delineou-se uma estratégia digital com o objetivo de ampliar a visibilidade do projeto. Esta estratégia compreendeu uma revitalização das presenças nas redes sociais, a criação de uma nova marca distintiva e o desenvolvimento de abordagens inovadoras para promover os eventos futuros.

Recorrendo à teoria da Gestalt (Wertheimer, 1923), foi concebida uma nova logomarca, caracterizada por um design contemporâneo que simultaneamente atrai e comunica claramente os objetivos do projeto de forma simplificada. A partir dessa logomarca, foram elaborados novos materiais gráficos, os quais foram apresentados ao público durante o evento "Mundo UFPel - Portas Abertas para Ti".

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No evento, adotou-se uma abordagem expositiva para apresentar o projeto, recebendo os convidados e incentivando discussões presenciais. Além disso, convidou-se os participantes a explorarem as plataformas do projeto nas redes sociais, com o objetivo de ampliar a audiência para eventos futuros. Nele, os convidados foram calorosamente acolhidos com a finalidade de criar um ambiente propício para debates construtivos. Foram oferecidas sugestões de tópicos relacionados à educação global, a fim de estimular análises e interações entre os presentes. O novo material gráfico desempenhou um papel de apoio, proporcionando um espaço de fácil navegação e compreensão.

Atualmente, as redes sociais, mantidas em estado de constante atualização, representam um meio prático e eficaz para promover futuros encontros do projeto. A manutenção de uma presença ativa nessas plataformas, com a publicação regular de conteúdo, contribui para alimentar os algoritmos das redes sociais, impulsionando, assim, o desempenho e a visibilidade dos eventos programados.

De fato, o desafio que o presente momento nos apresenta é a curricularização da extensão. Conforme o guia de integração da extensão nos currículos dos cursos de graduação da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) em 2019, a atividade que pode ser incorporada ao currículo é aquela em que o estudante desempenha o papel central na execução da atividade (página 20). Nesse sentido, é a partir dessa perspectiva que um novo ciclo do projeto vem sendo concebido, com o intuito de enriquecer a formação inicial dos futuros professores.

Neste sentido, tem havido uma grande contribuição dos docentes envolvidos na implementação do novo currículo do curso de Pedagogia para coordenar ações que estejam alinhadas com essa perspectiva. Com esse propósito, os encontros estão sendo planejados de modo a permitir que

possamos fazer esse movimento juntamente com os estudantes envolvidos nos diferentes semestres do curso de Pedagogia Vespertino e Noturno, mais especificamente, nas disciplinas de Prática Orientada.

4. CONCLUSÕES

O projeto se encontra em um estágio de revitalização, um fenômeno que tem afetado muitas iniciativas após o período de pandemia. As peças gráficas desempenham um papel fundamental como ferramentas destinadas a criar um ambiente mais intuitivo para a sua implementação. Neste contexto, o projeto adota uma nova abordagem para a exposição de suas ideias, destacando-se, sobretudo, por sua capacidade de atrair novos públicos, engajando tanto indivíduos curiosos quanto estudiosos em debates construtivos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

UFPEL. **Guia de integralização da extensão nos currículos dos cursos de graduação da Universidade Federal de Pelotas**, Pelotas, 2 de maio. 2019. Acessado em 17 ago. 2022. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/prec/files/2019/05/Guia-de-integraliza%C3%A7%C3%A3o.pdf>

WERTHEIMER, M. (1923). Untersuchungen zur Lehre von der Gestalt II [Investigations into the theory of Gestalt II]. **Psychologia Research**, 4(1), 1923.

SAÚDE E COMUNICAÇÃO: A IMPORTÂNCIA DA ASSESSORIA NA GESTÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS DO GRUPO BRASILEIRO DE ESTUDOS SOBRE MULTIMORBIDADE

RIDLEY MADRID¹; LUÍSA BRITO DA COSTA²; SARA LOPES DA SILVA³;
MARISLEI RIBEIRO⁴; BRUNO P. NUNES⁵

¹*Universidade Federal de Pelotas – euoridley@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – luisabritocosta783@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – sara.lopes.com@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br*

⁵*Universidade Federal de Pelotas – nunesbp@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo discutir a importância da atuação do Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidade (GBEM) nas mídias sociais como Instagram e Facebook, a fim de atrair visibilidade e engajamento para as produções científicas e artigos acadêmicos desenvolvidos na área de doenças crônicas e multimorbidade. Em 2021, iniciou-se a parceria com a Marte, uma agência experimental de assessoria de imprensa vinculada ao curso de Jornalismo da UFPel, com a intenção de administrar as mídias e utilizar estratégias efetivas de comunicação na saúde.

Uma das grandes barreiras na transmissão de informações entre a academia e o público acontece no desencontro entre linguagem e abordagem do tema em questão (MENDES e col., 1987). A definição das ferramentas e métodos utilizados durante o processo precisam passar por uma análise que leve em conta o comportamento do público-alvo das interações, bem como sua disponibilidade de aceitação e entendimento sobre o assunto. Além disso, outro aspecto importante na construção da informação, conecta-se com a reputação da marca e com os modelos escolhidos para criação e divulgação dos conteúdos produzidos para os canais de informação. Neste caso, as redes sociais Facebook e Instagram.

Sendo assim, a intenção final do projeto constitui-se na promoção de conteúdos acessíveis e que possam ser de fácil interpretação para todos os públicos, com a ideia de promover divulgações científicas mais simplificadas, democráticas e inclusivas. Destaca-se que boa parte da produção do grupo concentra-se na avaliação de desigualdades sociais com achados evidenciando a maior carga de doenças crônicas e multimorbidade entre grupos social e economicamente menos favorecidos. Assim, a divulgação científica adequada é fundamental para atingir os diferentes atores sociais envolvidos na elaboração de políticas públicas capazes de melhorar esse cenário. O ato de informar deve ser

irrestrito e de fácil compreensão, visto que nem todos estão sob os mesmo parâmetros de conhecimento da linguagem científica (CARVALHO, 2009).

2. METODOLOGIA

Este trabalho analisa o modo como um projeto de saúde comunica-se com seu público, a fim de entender os modelos de assessoria de imprensa e suas finalidades estratégicas na criação de conteúdo para as mídias sociais. A simultaneidade da informação implica em novos dinamismos nas relações entre emissor e receptor, mas os ruídos entre a transmissão da mensagem (sinal) ainda são presentes e podem acarretar danos severos à compreensão. Para isso, utiliza-se o método de “observação participante”, em que o sujeito observador assume o papel, até certo ponto, de membro do grupo. A intenção é conhecer e compreender o grupo de estudo, a partir dele mesmo (GIL, 2008).

O aumento na velocidade e alcance das informações impõem um novo dinamismo no formato de fornecer pautas e cobrir assuntos delicados à marca em questão. Este fenômeno pode servir de forma benéfica ou não, a depender do modo como o assessorado irá se posicionar, seja dentro ou fora das redes. O planejamento dos conteúdos é construído a partir da análise de relevância do tema. É preciso balancear entre “viralidade” do conteúdo e o quão benéfico será para a visibilidade do projeto. Visto que não será somente as redes sociais do grupo que poderão prejudicá-lo. Essa análise parte de um julgamento geral sobre como determinado assunto irá impactar na reputação do grupo, levando em conta, sua imagem online e offline (DUARTE, 2018).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O GBEM atua diretamente na pesquisa e divulgação de artigos e pesquisas ligados diretamente à área da saúde, mais precisamente sobre doenças crônicas e multimorbidade, com foco em trabalhos realizados em Pelotas/RS. Inicialmente, o modelo de postagem era feito de acordo com um calendário desenvolvido entre o GBEM e a Marte. Os temas utilizados para as produções eram baseados nas publicações de teses, artigos e pesquisas feitas pelos pesquisadores do grupo, que somam cerca de 73 publicações feitas desde o início da parceria.

Além disso, as mídias sociais do grupo sofriam de uma certa incoerência no processo comunicativo. O aspecto visual era pouco trabalhado e contava com uma identidade infantilizada, enquanto a linguagem dos textos era mais formal e de difícil compreensão, o que gerava um estranhamento na compreensão do leitor.

No entanto, o modelo passou por uma remodelação no começo de 2023. Agora, as postagens são feitas a partir de datas de celebração ou conscientização,

como o “Dia do Nutricionista” ou “Dia Nacional de Enfrentamento ao Fumo”, que possibilitam a união entre a conscientização da população sobre o tema que está sendo discutido, através dos estudos produzidos pelo grupo de pesquisa.

Abaixo, segue a apresentação das figuras que ilustram a mudança da linguagem visual e textual do projeto, a partir de postagens do Instagram do GBEM.



Figuras 1 e 2: Postagem do Projeto GBEM que representam, respectivamente, a mudança da identidade visual proposta pela Agência Marte.

Este novo modelo cria um maior dinamismo e uma maior preocupação quanto ao prazo de cada produção, visto que todas precisam ser pré-aprovadas pela coordenação do projeto. Além disso, utilizar do método de datas significativas, aumenta a quantidade de engajamento e alcance das postagens, além de possibilitar que um determinado assunto global ou nacional, seja discutido a partir das descobertas obtidas pelo GBEM e, assim, contribuir positivamente para sua comunidade e para aqueles diretamente impactados pela pesquisa, neste caso, a população de Pelotas.

4. CONCLUSÕES

Nota-se cada vez mais a urgência e necessidade de estar presente nas redes sociais, através de conteúdos atrativos e bem apresentados. Uma produção estratégica de conteúdos, que atua com base nas análises acerca dos resultados das interações, gera uma aproximação com aqueles que recebem o conteúdo. Como o GBEM é um projeto ligado diretamente à saúde, o público a quem se referem as produções desperta um senso de identificação e acolhimento. Este elo precisa ser mantido por meio de responsabilidade e ética das informações produzidas.

Assim, fica evidente a importância do processo de assessoria realizado pela Marte, na função de manutenção da imagem e reputação da marca através das ferramentas da função. Concomitante a isso, esta necessidade liga-se à urgência da atenção aos princípios éticos e morais do jornalismo. A ética jornalística é um caráter fundamental para qualquer produção, no entanto, em trabalhos que divulgam resultados e discussões sobre a saúde de diversos indivíduos, o cuidado e atenção precisam ser ainda maiores (BRANCO, 2009). É crucial que produtos verídicos sejam construídos, a fim de estabelecer-se como um veículo confiável e com credibilidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, C. Relações com a Mídia. In: REIS, Léa Maria Aarão (Ed., Org., Comp.) **Manual Prático de Assessoria de Imprensa**. Elsevier, 2009. Cap. 57, p.57–73.

DUARTE, J. Produtos e Serviços de uma Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, J. (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

LAVAREDA, C. **A Credibilidade Científica do Investigador e a Transferência do Conhecimento**. Escola Superior de Enfermagem de Lisboa, Lisboa Portugal. 06 Abr 2020 <<Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ean/a/TBstP8Bc5gkVJGTmb98NFRq/?lang=pt#ModalTutors>>>

ALMEIDA, Roberta de. Análise da Percepção do Assessor de Imprensa Sobre as Suas Funções. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE**. Universidade Potiguar – UnP, p. 4 - 5, 2012.

GIL, A. C. Observação. In: GIL A. C. (Org.) **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Cap. 10, p.100–108.

ARTE NO SUL: A UTILIZAÇÃO DA INTERNET COMO FOMENTO À PRODUÇÃO ACADÊMICA E CULTURAL

STÉFANE COSTA¹; GILMAR HERMES²

¹Universidade Federal de Pelotas – stefanecostasantos@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ghermes@yahoo.com

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa mostrar a importância do site Arte no Sul (<https://wp.ufpel.edu.br/artenosul/>) para a produção do Jornalismo Cultural em meio acadêmico na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Com mais de cinco anos de atividades desenvolvidas, o site foi criado em 2015 e registrado como projeto de extensão em 2019. Vem desenvolvendo, desde então, a habilidade da escrita jornalística na área a que se propõe, comunicação da cultura.

Caracterizado por sua heterogeneidade, é difícil conceituar o que é, especificamente, o Jornalismo Cultural. Este gênero híbrido, que é capaz de agregar informação, interpretação, opinião e análise em seu conteúdo, também tem o desafio de fazê-lo sem emitir juízo contra o que está sendo produzido, mas sobretudo levar à indagação sobre o processo criativo das produções. O jornalista cultural tem a missão de incitar o questionamento do leitor e consumidor, fazendo com que este reflita sobre o que está em voga atualmente. É preciso ter em mente que este trabalho acabará por exercer influência diante do público, tanto de maneira positiva quanto negativa, portanto o Jornalismo Cultural vai muito além de divulgar uma produção ou atração.

Mas afinal, qual é o papel do Jornalismo Cultural? Criticar produções? Divulgar eventos? Quais são as abordagens e assuntos tratados? Para o professor José Luiz Braga, ele “não só relata, mas interpreta, comenta, é estruturalmente solicitado a se manifestar com relação a valor [...] abre ou fecha caminhos, aprecia, apreende (ou não consegue apreender)”. Ainda que diferente do jornalismo factual tradicional, a vertente cultural também traz processos e informativos que o caracterizam como “fato da cultura” (BRAGA in GADINI, 2009 p.12). Além disso, para o pesquisador, “o gesto de informar, interpretar, criticar e divulgar” é uma atividade jornalística em que também se faz cultura (BRAGA in GADINI, 2009, p.12).

O cenário cultural no mundo está intrinsecamente ligado ao surgimento da imprensa, porém sem necessariamente depender desta. As atividades artísticas, sejam elas encenadas em palcos ou expressas em telas, nasceram e se desenvolveram por conta própria, ao longo do processo histórico, constituindo várias especificidades. Com a imprensa, há um fortalecimento do que se entende por campo cultural, a partir da procura ampla do público motivado pela ideia de se situar no que estava em voga.

A crítica e a divulgação passam, assim, a adquirir visibilidade e, de certo modo, também reconhecimento público, deixando os limites dos encontros de escritores em alamedas centrais e dos restritos círculos nobres, para se tornarem uma espécie de extensão dos salões franceses, cafés britânicos, teatros ou vias italianas, sociedades e associações germânicas, além de outros espaços onde já

se podia falar em “vida cultural” mais fortalecida, e não apenas a uma restrita aristocracia (GADINI, 2009, p.127).

É quase um paradoxo analisar o jornalismo como um campo criado para democratizar a cultura, tirá-la do círculo restrito dos cafés e pontos de encontro dos teóricos e levá-la para as ruas e fortalecê-la. Este papel é algo que todo jornalista cultural deveria pregar, defender a sua missão de falar sobre as artes. O jornalista deve fazer um esforço tanto para que a produção erudita seja acessível a cada vez mais leitores, como também valorizar as expressões autênticas que têm origem nas comunidades.

Com a chegada da internet houve uma popularização de todos os âmbitos, em especial o entretenimento. Isso não apenas provocou a necessidade de transformação do Jornalismo Cultural como se tornou sua prova mais difícil, a de se manter atual e influente, sem perder suas principais características. Com a internet “as demandas do público interessado têm sido exponencialmente ampliadas” (FARO, 2014, p.146), fazendo com que o trabalho do jornalista cultural não apenas aumente como também se diversifique ainda mais. Para Piza, este desafio é também uma oportunidade para os profissionais da área, visto que “[...] o bombardeio de dados e informações da era eletrônica criou uma carência ainda maior de análises e comentários, que suplementem argumentos, perspectivas e contextos para o cidadão desenvolver senso crítico e conectar disciplinas.” (PIZA, 2003, p.32)

Pelos argumentos apresentados, o site Arte no Sul entra como um estudo experimental da produção cultural desenvolvido por estudantes do curso de Jornalismo da UFPel.

2. METODOLOGIA

Por se tratar de um projeto experimental, o Arte no Sul se vale de uma extensa bibliografia que denota a importância da cultura para a sociedade, mas é com a escrita em prática que tudo acontece.

Fazendo uso de disciplinas como Jornalismo Cultural e Práticas Laboratoriais, o site recebe, todos os semestres, diversas reportagens de alunos da Universidade. As publicações, no entanto, podem ser feitas independentemente das disciplinas cursadas, bastando que o aluno demonstre interesse em participar do projeto, cujas produções possuem o objetivo de divulgar ações, artistas e eventos em sua maioria da região Sul do Estado.

É importante ressaltar que o projeto considera a importância do portfólio para os alunos do curso, uma vez que a área valoriza experiência em trabalhos práticos. A criação deste site, dentre as atividades da Universidade, possibilita os primeiros passos do aluno no campo profissional, além de levar a uma maior integração com a vida cultural da comunidade.

Visando conseguir ainda mais alcance nas produções, o site agora conta com um perfil na rede social Instagram, divulgando através de artes publicadas os escritos publicados pelos alunos para que estes também possam compartilhá-los.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Cumprindo o objetivo ao qual se propõe, o site já soma oito anos de funcionamento tendo, até o início de agosto de 2023, publicado 510 artigos produzidos pelo corpo docente. Com a primeira matéria publicada em 8 de

outubro de 2015, no ano de seu surgimento, o site Arte no Sul contou com 50 artigos publicados, 1740 visualizações e 712 visitantes.

Com o passar dos anos, a aceitação do veículo entre a comunidade acadêmica e público em geral só fez aumentar. Apenas em 2022 foram publicados 96 conteúdos e o portal contabilizou mais de 100 mil visualizações de 83.030 visitantes. Atualmente, o site possui uma média de 300 visualizações diárias. Ou seja, considerando o aumento em visualizações entre o primeiro ano de publicações e 2022, o site Arte no Sul teve um crescimento expressivo. Crescimento este que se pretende ampliar ainda mais a partir da inserção do site nas redes sociais.

Criada em 31 de julho de 2023, a conta no Instagram do site já conta com 54 seguidores (atualizado em 15 de agosto) e os alunos que participam das postagens do site a têm utilizado como forma de compartilhar as suas produções para mais pessoas.

Criação de conta na rede social Instagram:



4. CONCLUSÕES

Além da melhoria do processo de produção jornalística por parte dos alunos que passam pelo projeto de extensão, nota-se uma clara adesão ao fazer jornalismo cultural no ambiente acadêmico. Com a crescente das métricas de visualizações garantimos que cada vez mais pessoas tenham acesso à cultura de

forma gratuita, valorizando não apenas a arte local, mas também oportunizando o desenvolvimento destes alunos no meio.

Posto isto, pretende-se alcançar ainda mais apoio dentro da comunidade acadêmica, fomentando a participação dos estudantes do curso de Jornalismo no projeto em questão, através da maior participação nas redes sociais e divulgação realizadas em aula.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo, Contexto, 2003

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o jornalismo cultural. In: **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo, v.28, p.143-163, 2006.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses Cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

AZZOLINO, Adriana Pessatte (org.). **7 Propostas para o Jornalismo Cultural**. São Paulo: Miró Editorial, 2009.

HERMES, Gilmar. Jornalismo cultural: Uma concepção dinâmica. In: NEGRINI, Michele; FIEGENBAUM, Ricardo Z. (org.) **Olhares sobre jornalismo: concepções, processos e inserção social**. Florianópolis, Insular, 2015, p.149-174.

O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO REALIZADO NA DIVISÃO DE ESPORTES (DIESP) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS: UM RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PARA O PERFIL @ESPORTE.UFPEL NO INSTAGRAM

JOSIMARA MEGIATO RODRIGUES¹; MÁRCIO DE ALMEIDA MENDES²

¹Universidade Federal de Pelotas – josimaramegiato@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – marciopenha.esef@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar as atividades desenvolvidas no setor de comunicação da Divisão de Esportes (DIESP) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) mediante conteúdos produzidos para o Instagram e ainda, produção de técnicas relacionadas a assessoria de imprensa.

É inegável a ascensão do uso das mídias sociais para informar algo a sociedades nos últimos anos. No que tange as ferramentas digitais utilizadas para isto, principalmente com relação a trabalhos de assessoria de imprensa e social media, a plataforma do Instagram domina entre as mídias utilizadas para fins de comunicação. “As próprias ferramentas da rede social mostram que a audiência de publicidade do Instagram cresceu mais de 76 milhões entre julho e setembro de 2020, atingindo um total de 1,16 bilhão de pessoas no início de outubro de 2020” (MENDONÇA, 2022, p. 11).

Levando em consideração o presente trabalho, o perfil @esporte.ufpel foi criado com intuito de informar a comunidade acadêmica acerca de assuntos relacionados as categorias, modalidades e equipes esportivas da Universidade, bem como promover integração entre os cursos através do esporte e ainda, comunicar acerca de eventos específicos com os Jogos da UFPel, realizado anualmente.

A divisão de Esportes da UFPel conta com equipes de basquete, futsal, voleibol, tênis de mesa, rugby, handebol, entre outros esportes/modalidade nos naipes masculino e feminino. Por ter uma leva extensa de atletas, um meio de comunicação para comunicar a comunidade acadêmica sobre os feitos e demais informações acerca das equipes, faz-se de suma importância.

Tendo em vista a força da plataforma do Instagram, portanto, desde a criação do perfil específico do esporte da Universidade passou-se a centralizar a comunicação acerca do tema entre os acadêmicos a partir de posts no Instagram. Um trabalho comunicacional de assessoria midiática realizado desde dezembro de 2022. A importância do trabalho de comunicação dentro da Divisão de Esporte da UFPel pauta-se nos objetivos e lemas da DIESP cujo buscam promover a integração entre equipes e cursos, aumentando a visibilidade dos times formados dentro da Universidade.

Por isso, a utilização do Instagram para desenvolver uma comunicação mais assertiva e coesa, baseia-se em fatores como público alvo e forma como os indivíduos buscam informações acerca do tema.

A comunicação dentro do âmbito esportivo da Universidade é capaz de fomentar os valores esportivos entre os interessados, bem como fortalecer o ambiente acadêmico no qual buscam por conteúdos específicos e ramificados acerca do esporte na Universidade.

No que diz respeito especificamente ao perfil da DIESP criado no final 2022,

compreende-se que mais do que resultados em números, se faz de suma importância compreender os resultados comunicacionais de forma geral, uma vez que o mesmo estimula a busca por informações no presente perfil, quando há dúvida acerca de algum esporte relacionado a universidade.

2. METODOLOGIA

Visando o alcance do maior número de acadêmicos através do perfil específico de esportes da Universidade, utilizou-se, portanto, a plataforma do Instagram, bem como técnicas específicas relacionadas a Assessoria de Imprensa. Com base nos conceitos prévios de comunicação, a cada evento relacionando equipes esportivas eram produzidos releases não especificamente para a imprensa local, mas sim, como maior foco e centralização nos meios de comunicação da própria universidade.

Para isso, compreende-se que a metodologia utilizada para desenvolvimento dos trabalhos de comunicação ligados a DIESP trata-se de pesquisa de ação e comunicação que uma vez desenvolvida, proporciona o conhecimento acerca do assunto para conseguinte o desenvolvimento de ações que envolvam a comunicação com intuito de resolver o problema apresentado (GIL, 2008). Neste caso, técnicas de comunicação a serem utilizadas como forma de ação após um longo período de pesquisa sobre o tema.

A pesquisa seguida da ação, condiz com as atividades realizadas ao longo dos trabalhos desenvolvidos no setor de Comunicação da DIESP uma vez que são ações efetuadas por etapas de acordo com uma pesquisa realizada anterior a qualquer tipo de atividade (THIOLLENT, 2008).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De dezembro de 2022 até setembro de 2023, o perfil da Divisão de Esportes da UFPEL no Instagram conquistou mais de 600 seguidores. Um trabalho realizado como assessoria de imprensa do setor, o qual pautou-se em uma identidade visual bem definida e delineada, através da exploração de temas como fotos originais das equipes, bem como criação original de cards informativos.

Compreende-se que com a definição de uma imagem mais centralizada e definida como a presença de cores consideradas padrão dentro da DIESP e ainda, fontes e estilos, ressaltam-se as atividades desenvolvidas ao longo do período.

Além de uma maior centralização nas informações e comunicados acerca dos Jogos Universitários da UFPEL 2023, é perceptível a produção de conteúdo acerca de times específicos da Universidade, bem como o desempenho e participação destas equipes em competições como os Jogos Universitários Gaúchos (JUGS).

Fig. 1.



Fonte: Instagram @esporte.ufpel

Percebe-se diante da imagem apresentada acima que já nos cinco primeiros meses de perfil no Instagram, o trabalho realizado pautou-se em uma comunicação diversificada, mas, seguindo o padrão pré-estabelecido e bem definido como a utilização das cores azul, laranja e branco. A pluralidade de conteúdo e perceptível no que tange aos elementos visuais apresentados, uma vez que além de fotos dos atletas, são divulgados card com informações em texto, tipografias e logomarca da Divisão de Esportes.

Fig. 2.



Fonte: Instagram @esporte. UFPEL

Fig. 3.



Fonte: Instagram @esporte. UFPEL

Já no período que pauta as equipes nos Jogos Universitários Gaúchos (JUGS) realizou-se uma abordagem mais humanizada na produção de conteúdos, buscando uma maior interação entre os acadêmicos. Além da utilização de ferramentas da plataforma como a criação de “rells”, buscou-se manter um padrão para divulgação dos times da Universidade com foto dos mesmos dentro de quadra e/ou ambiente de sua modalidade.

Compreende-se que a comunicação desenvolvida no perfil da DIESP da UFPEL levou em considerações diferentes focos para diferentes épocas do ano.

Como mostra a imagem acima, no segundo semestre de 2023 o tema abordado e pautado no Instagram foi acerca da nona edição dos Jogos da UFPEL. Neste caso, entende-se que as publicações e matérias desenvolvidos não buscavam objetivos de interação e humanização de conteúdo, mas sim, intenção informativa tendo em vista que as postagens faziam relação com informações importantes as equipes e atletas da universidade interessados no campeonato.

É de suma importância, portanto, compreender os diferentes focos e o

segmento a ser dado ao longo do ano em uma assessoria de imprensa, principalmente no que tange a realização de tarefas de social “media” uma vez que, o que se apresenta no Instagram “@esporte.UFPEL” é público e com isso e busca interagir e integrar com a comunidade acadêmica da Universidade.

4. CONCLUSÕES

O presente trabalho encontra-se ainda me fase de desenvolvimento, uma vez que, o perfil de esporte da UFPEL segue sendo alimentado semanalmente com produções de conteúdos acerca das competições, equipes e informações gerais do esporte da Universidade. Apesar disto, compreende-se que a experiência adquirida ao longo contribui imensamente para aprendizados no que tange a gestão de mídias sociais, bem como, produções de conteúdos midiáticos com foco em uma comunicação esportiva.

Destaca-se ainda que ao longo do processo de comunicação no Instagram, foram utilizadas diversas ferramentas da plataforma, as quais possibilitaram maior engajamento com os conteúdos expostos. Apesar do número de seguidores não parecer tão expressivo, sendo este até o início de setembro 638, compreende-se que o trabalho tem sido bem-visto e recebido pela comunidade acadêmica da UFPEL, mas especificam-te por aqueles que vivem o esporte universitário.

Por fim, as atividades desenvolvidas até o momento foram de suam importância para formação acadêmica na área da comunicação, tendo em vista as publicações e ações desenvolvidas ao longo de 2023.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antônio Carlos. **Modos e Técnicas de Pesquisa**. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>> Acesso em: 18 de set. 2023.

MENDONÇA, Tainha Lucena. **A ascensão das redes sociais: um estudo sobre o impacto do Instagram na autoestima de mulheres em Natal/RN**. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/50296>> Acesso em: 19 de set. 2023.

THIOLLENT, M. Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo: Cortez, 2008.
TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA. **Das redes sociais à inovação**. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652005000200010>> Acesso em: 18 de set. 2023.

ESTRATÉGIAS DO PERFIL @GENESTRUT PARA ALCANÇAR NOVOS PERFIS E AUMENTAR O ENGAJAMENTO

MARIANA CAVALCANTI NASCIMENTO⁴; LUCAS PETITEMBERTE DE SOUZA²;
HADASSA GABRIELA ORTIZ³; LAÍS DOS SANTOS GONÇALVES⁴; LUANA
FERREIRA VIANA DOS REIS⁵; MARIANA HÄRTER REMIÃO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – marianacbiotec@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – lucasouza.contato@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – hortizhadassa@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – laisdsantosg@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – luanafvreis@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, é sabido do crescente uso das redes sociais resultando em uma maior facilidade de criação e propagação exponencial de conteúdos online, tornando-se ferramentas de grande alcance para a sociedade (Pretto, Lapa e Coelho, 2021). Dessa forma, as universidades também se beneficiam ao disseminarem seus conteúdos e divulgarem a ciência nestes ambientes, pois além de possibilitarem a disseminação de entretenimento, as redes sociais têm o potencial de facilitar a comunicação profissional e acadêmica na sociedade (Wiechetek, Ł. et al, 2022).

A divulgação científica para públicos leigos exerce um papel fundamental na democratização do conhecimento. Ela cria uma ponte essencial entre a ciência e as diversas esferas da sociedade, permitindo uma compreensão mais profunda de distintos aspectos cotidianos que frequentemente parecem desconectados da ciência ou da biotecnologia. Especificamente, direcionar a divulgação para a classe leiga é crucial para esclarecer informações científicas que, de fato, afetam todas as parcelas da sociedade. Isso proporciona a oportunidade para esse grupo compreender o que está acontecendo e por que certos eventos ocorrem, em vez de restringir esse conhecimento apenas à comunidade científica. A disseminação do conhecimento científico para o público em geral contribui significativamente para uma sociedade mais informada e capacitada a tomar decisões embasadas em evidências (Christian V. et al, 2018).

Nesse sentido, criou-se em julho de 2022, na rede social Instagram, o perfil do Laboratório de Genômica Estrutural (GenEstrut) do Núcleo de Biotecnologia do Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDTec) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O perfil @genestrut tem como objetivo divulgar, de forma acessível, as inovações científicas e tecnológicas do grupo para a comunidade. Tal projeto de extensão traz conteúdos como produções do grupo, notícias de cunho científico, divulgação dos membros da equipe, registros da rotina no laboratório e apresentação das linhas de pesquisa e produções envolvidas com o GenEstrut.

Com a finalidade de estar cada vez mais próximo da população e de suas preferências, a equipe do projeto tem buscado aplicar estratégias que atraiam novos seguidores, bem como que chamem a atenção daqueles que já seguem o perfil. Sendo assim, o objetivo do trabalho é apresentar tais estratégias e trazer os resultados obtidos até o momento desde a criação do perfil @genestrut.

2. METODOLOGIA

2.1 Delineamento do projeto

O projeto de criação do perfil @genestrut tem como título “@genestrut: um perfil de divulgação científica e tecnológica” e está depositado junto ao Conselho Coordenador do Ensino, da Pesquisa e da Extensão sob número 5775. A equipe do projeto é composta por sete integrantes, sendo: duas graduandas, duas mestrandas, um doutorando e dois professores. O público-alvo do projeto é a comunidade em geral, com enfoque naquelas interessadas pela ciência e pelas atividades que ocorrem no GenEstrut.

Para execução das atividades relacionadas ao projeto são realizadas ações como: elaboração de conteúdo para divulgação científica; postagens e interação com o público nas redes sociais; e avaliação dos índices e resultados do projeto. Foi estabelecido um compromisso de realizar reuniões mensais para estabelecer metas e prazos sobre as publicações a serem feitas. É importante destacar que o fato de todos os integrantes do projeto serem componentes do Laboratório GenEstrut faz com que o convívio diário alimente novas ideias que acabam por serem discutidas livremente, diariamente.

2.2 Estratégias

A fim de buscar novos seguidores e tornar mais atrativo o perfil para os usuários, a equipe decidiu utilizar algumas estratégias que serão aqui listadas. Uma delas é a colaboração e o compartilhamento de conhecimento por meio de postagens conjuntas com outros perfis relacionados à área de pesquisa do laboratório. Essa prática amplia a rede de contatos e oferece perspectivas diversificadas sobre os mais diversos tópicos, além de potencializar o alcance das informações ali contidas.

Outra abordagem é a de estar sempre atento às tendências do momento na internet. Ao acompanhá-las, torna-se possível relacionar as “*trends*” com as atividades laboratoriais do grupo, podendo assim contextualizar as pesquisas e projetos, tornando-os mais interessantes para o público. A ferramenta “*reels*” do Instagram tem sido utilizada muitas vezes para esta abordagem, bem como para demonstrar de forma rápida e direta algumas das rotinas laboratoriais. A aba “*stories*” do *Instagram* também é constantemente atualizada com diversas publicações atrativas que relacionam a rotina do biotecnologista e situações do dia a dia, como no quadro “dica do findi”, publicado uma vez por semana trazendo indicações de conteúdos de entretenimento, como filmes, séries e animes.

Quanto às interações com os seguidores, é de suma importância criar espaços em que o engajamento ativo se torne mais propício de acontecer de uma forma fluida. Isso inclui fazer perguntas, incentivar comentários, e até mesmo criar enquetes que incentivem a participação. Além do envolvimento positivo entre os seguidores e a página, as contribuições e *feedbacks* dos seguidores podem gerar novas ideias e perspectivas para futuras publicações.

2.3 Ferramentas

Em relação às ferramentas utilizadas para elaborar as postagens, a plataforma Canva (www.canva.com) é utilizada para edições de imagem e criação de postagens descritivas. Para a produção de vídeos, utiliza-se o aplicativo

capcut, pois possibilita tanto a edição quanto a adição de legendas. Além disso, é fundamental que todas as publicações passem pela revisão dos membros do projeto, evitando assim falhas de redação ou no conteúdo. Responder atentamente aos comentários e mensagens diretas nas mídias sociais também é de extrema importância para o trabalho acadêmico, pois fortalece o engajamento e a relação com os seguidores. Isso cria um ambiente positivo de interação e proporciona oportunidades para esclarecer dúvidas e coletar *feedbacks*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O @genestrut, até o dia 08/09/2023, com 1 ano e dois meses de criação, possui 359 perfis seguidores e 67 publicações. Ao longo dessas publicações, algumas delas foram estrategicamente elaboradas para atingir um maior número de perfis seguidores ou interativos (Figura 1). Os dados apresentados na Tabela 1, mostram o número de alcances, *shares*, comentários, *likes*, impressões, interações, salvamentos e seguidores que apenas sete dessas publicações estratégicas alcançaram em comparação com outras sete publicações padrão do perfil.

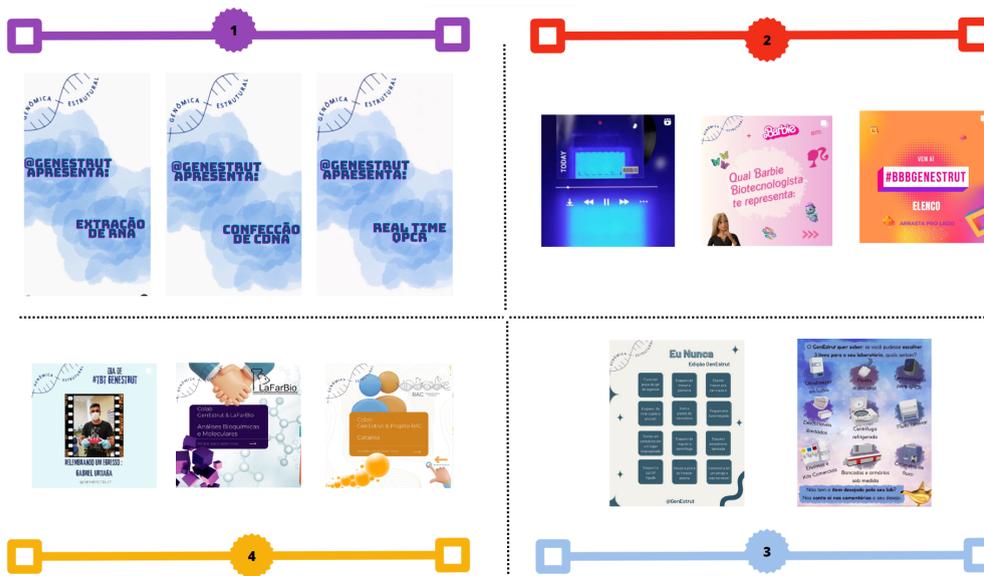


Figura 1: Postagens estratégicas com suas diferentes abordagens, sendo: 1) reels; 2) trends; 3) interações; e 4) em colaboração.

Tabela 1: Comparação entre sete postagens utilizando ferramentas estratégicas e sete postagens padrão do perfil @genestrut.

Postagens	Alcance	Comentários	Shares	Likes	Impressões	Interações	Salvamentos	Seguidores
Estratégicas	703,7 (229-2.196)	8,4 (0-22)	26,4 (18-54)	70,5 (29-127)	977,8 (312-3.007)	108,1 (68-166)	2,7 (1-6)	3,1 (1-9)
Padrões	270,5 (189-342)	2,5 (0-10)	17,1 (8-36)	35,4 (27-44)	402,5 (283-497)	57,2 (40-79)	2,1 (0-10)	1,7 (0-8)

Valores representados em média (valor mínimo a valor máximo observado).

Analisando mais atentamente estes dados, observa-se que das nove postagens com maior alcance, todas elas foram abordagens estratégicas, sendo os quatro reels disponíveis no perfil (Figura 2a). Estes reels possuem uma média

de 1.223 visualizações cada e isso corresponde ao triplo do número de contas que seguem o perfil. A postagem mais comentada foi uma que utilizou-se da abordagem estratégica de trazer interações, induzindo o público a responder nos comentários (Figura 2b). Já a postagem mais compartilhada, em 54 vezes, foi uma combinação de *trend* + interação (Figura 2c). No top três de postagens mais curtidas estão postagens que utilizaram-se de abordagens estratégicas como: parcerias, *trends* e interação (Figura 2d). Estas mesmas postagens mais curtidas também são as com maiores interações (Figura 2e). Em relação às impressões, as três postagens com maiores impressões são em colaboração do perfil com outros perfis também da UFPel ou egressos da Universidade (Figura 2f).

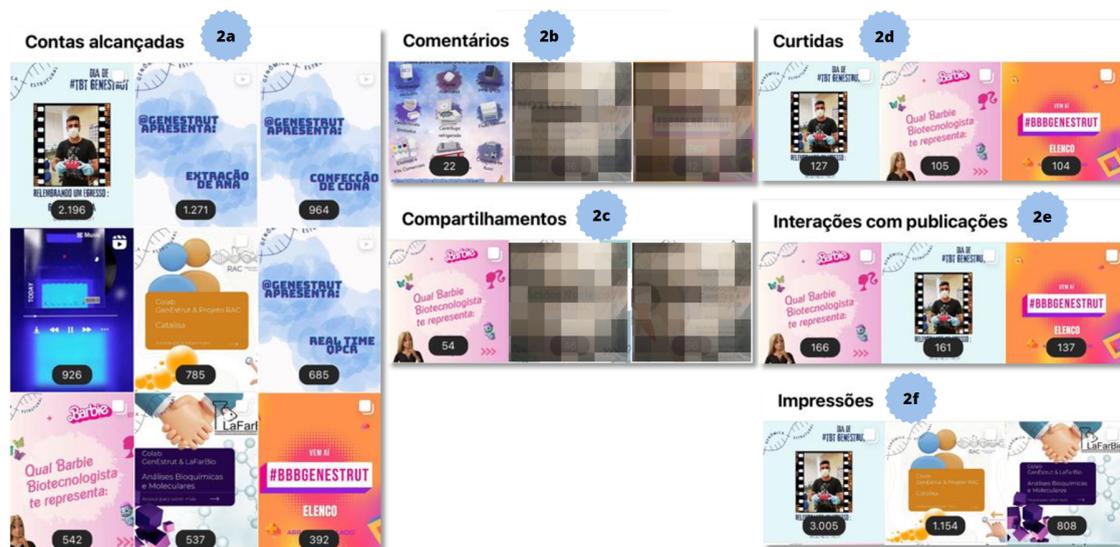


Figura 2: Capturas de tela com distintas postagens estratégicas e seus respectivos números de: a) alcances; b) comentários; c) *shares*; d) *likes*; e) interações; e f) impressões.

4. CONCLUSÕES

O presente estudo buscou apresentar estratégias para alcançar novos perfis e expandir o engajamento do perfil @genestrut, utilizando diferentes formatos, como textos, imagens, recursos audiovisuais e até recomendações de filmes e séries. Os *insights* disponibilizados pelo *Instagram* mostram que a utilização dessas ferramentas estratégicas foram as mais acessadas pelo público. Por fim, acredita-se que é de extrema relevância dar continuidade às postagens com essas abordagens de colaboração, *trends*, *reels* e interativas para manter os dados de movimentação do público com a conta cada vez mais ativos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHRISTIAN V. Baccarella, Timm F. Wagner, Jan H. Kietzmann, Ian P. McCarthy, Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media, *European Management Journal*, Volume 36, Issue 4, 2018, Pages 431-438, ISSN 0263-2373, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.07.002>
- MACHADO, F. S.. (2016). A divulgação científica e o enunciado digital. Bakhtiniana: *Revista De Estudos Do Discurso*, 11(2), 93–110. <https://doi.org/10.1590/2176-457323524>
- WIECHETEK, Ł., Pastuszak, Z. Academic social networks metrics: an effective indicator for university performance?. *Scientometrics* 127, 1381–1401 (2022). <https://doi-org.ez66.periodicos.capes.gov.br/10.1007/s11192-021-04258-6>

DIVULGANDO AS AÇÕES E CONTRIBUIÇÕES DO LABORATÓRIO DE GENÔMICA ESTRUTURAL PARA A SOCIEDADE ATRAVÉS DO PERFIL @GENESTRUT

HADASSA GABRIELA ORTIZ¹; LAÍS DOS SANTOS GONÇALVES²; LUANA FERREIRA VIANNA DOS REIS³; MARIANA CAVALCANTI NASCIMENTO⁴; LUCAS PETITEMBERTE DE SOUZA⁵; MARIANA HÄRTER REMIÃO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – hortizhadassa@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – laisdsantosg@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – luanafvreis@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – marianacbiotec@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas - lucasouza.contato@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

A partir do início da modernidade, a ciência começa a ser vista como um motor de desenvolvimento para a sociedade. Sendo assim, a universidade passa a ser vista como uma incorporadora do sentido prático de saberes a partir da produção de conhecimentos e também de formação de pessoas capacitadas a atender as demandas científicas e tecnológicas da sociedade (GOERGEN, 1998). Entretanto, apesar de sabermos que a universidade tem um papel muito importante para o desenvolvimento do país, existe uma precariedade na democratização de conhecimentos científicos e tecnológicos para a sociedade. Ademais, isso se torna problemático pois o acesso às informações acerca da tecnologia e ciência são fundamentais para uma educação emancipatória e para o exercício pleno da cidadania de todos visando estabelecer uma democracia plena e participativa (OLIVEIRA, 2001).

Ao ponderarmos sobre o papel da pesquisa científica e tecnológica na sociedade, em relação às ações nacionais e regionais, surge o projeto de extensão denominado “@genestrut: um perfil de divulgação científica e tecnológica” que está depositado junto ao Conselho Coordenador do Ensino, da Pesquisa e da Extensão sob número 5775. Fruto deste projeto, o perfil @genestrut na rede social Instagram tem como intuito a divulgação científica tanto de atividades realizadas no laboratório e contribuições com a sociedade, quanto de literacia científica em conteúdos estudados e pesquisados pelos integrantes do Laboratório de Genômica Estrutural localizado no Núcleo de Biotecnologia do Centro de Desenvolvimento Tecnológico.

Com isso, os objetivos do trabalho são apresentar as atividades de extensão que o perfil @genestrut vem realizando desde a sua criação, em 2022, bem como destacar os impactos decorrentes da produção contínua de conteúdos relacionados à divulgação científica. Essas atividades de extensão demonstram a importância de divulgar a ciência de maneira eficaz e, ao mesmo tempo, ressaltam o papel vital de iniciativas na disseminação do saber e na formação de uma sociedade mais informada e engajada com a pesquisa científica.

2. METODOLOGIA

Atualmente, a equipe do projeto conta com sete participantes, sendo eles dois da graduação, três da pós-graduação, e dois docentes do curso de Biotecnologia. O grupo se reúne mensalmente através da plataforma Google Meet, ademais aos encontros presenciais semanais, para definir a organização de postagens e futuros eventos.

Tendo como principal objetivo a divulgação científica de maneira acessível à comunidade, bem como o estabelecimento de uma maior conexão com a população, o grupo iniciou no dia 22/07/2022 a fazer postagens semanais divulgando não somente as rotinas de trabalho, mas também posts educacionais, acerca das temáticas e linhas de pesquisas realizadas no laboratório. Para isso, o grupo sempre buscou com que as postagens elaboradas fossem atrativas, informativas, simples, enxutas e, muitas vezes, interativas. Para isso, utilizou-se a plataforma “Canva” (<https://www.canva.com/>) de edição gráfica para construção dos slides, e o aplicativo *Capcut* para elaboração de vídeos. Ademais, todas as postagens passam pela avaliação e correção dos docentes antes das publicações.

Para contabilizar o retorno do público, realizou-se uma série de perguntas nos stories, através da ferramenta “enquete” que permite que o público interaja e engaje de maneira mais direta acerca de tópicos específicos. As perguntas foram divididas e realizadas em duas fases diferentes, cada uma contendo de 2 a 3 questionamentos cada. Na 1ª fase as perguntas foram acerca das técnicas apresentadas e se o público já havia utilizado o perfil @genestrut para auxiliar e tirar dúvidas sobre a temática de biologia molecular. A segunda fase consistiu em perguntas acerca das linhas de pesquisa do laboratório, bem como o desenvolvimento de atividades de inovação tecnológica.

O processo de arrecadação das informações baseou-se na variação das respostas obtidas através das enquetes, as quais permitiam ao usuário marcar sim ou não. Com isso, foram realizadas comparações entre os posts do projeto, a fim de analisar, quais temáticas possuíam maior alcance ao público, bem como, a eficácia das publicações didáticas realizadas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente, o perfil @genestrut conta com 361 seguidores e 67 publicações, sendo 13 delas posts didáticos acerca das rotinas de trabalho e as temáticas estudadas no laboratório. Deve-se enfatizar que a conta no Instagram, apesar de contabilizar um menor número de seguidores quando comparados a outros perfis da mesma área, possui um maior alcance (Figura 1). A partir disso, é possível afirmar que as publicações apresentaram um bom desempenho para o tamanho do perfil.

Ademais, como salientado anteriormente, as informações sobre o alcance na plataforma são de grande importância. Portanto, para entender melhor o comportamento do público alvo, analisamos os resultados das enquetes (Tabela 1) e conseguimos observar o impacto que o perfil teve no público alvo.

Figura 1: Análise dos Insights do perfil pela ferramenta da Meta



(Fonte: Insights Meta).

Tabela 1:

Pergunta	Sim	Não
Você já usou nossos conteúdos para estudar?	12 (71%)	5 (29%)
Você já aprendeu alguma técnica nova conosco?	18 (100%)	0 (0%)
Nossos posts já sanaram alguma de suas dúvidas sobre genômica e biologia molecular?	17 (100%)	0 (0%)
Você já conhecia nossas linhas de pesquisa antes de seguir o perfil?	15 (68%)	7 (32%)
Você já sabia que desenvolvemos inovação tecnológica além da científica antes de seguir o perfil?	14 (74%)	5 (26%)

A Figura 1 nos mostra que apesar de termos um número de seguidores menor do que outros perfis com a mesma classificação, o perfil @genestrut apresenta um valor de seguidores novos parecido com as outras contas. No entanto, ao observarmos as interações com os conteúdos, a conta @genestrut apresenta um

número maior em comparação aos outros perfis. Demonstrando que, mesmo sendo uma conta relativamente pequena, ainda assim tem um bom desempenho para o tamanho. Em relação à análise da tabela 1, é possível observar que sim, o perfil teve um impacto no aprendizado sobre genômica, biologia molecular, técnicas laboratoriais etc. Ao observarmos as duas últimas perguntas da tabela, podemos ver que 68% e 74% dos respondentes já conheciam o trabalho desenvolvido pelo laboratório antes do perfil e 32% e 26% descobriram com a divulgação no perfil do instagram.

4. CONCLUSÕES

Tendo em vista os resultados apresentados, pode-se concluir que o perfil @genestrut possui um bom alcance à comunidade em geral, cumprindo assim seu papel de projeto extensionista da UFPel. Uma vez que permite a criação e o desenvolvimento de um elo entre o meio acadêmico e a comunidade, através de posts didáticos e lúdicos, permite a fixação dos conteúdos por parte dos discentes e a recepção de novas informações por parte da população. Ainda, acreditamos que a criação do perfil contribuiu com a divulgação das atividades do Laboratório de Genômica Estrutural, o que conseqüentemente, divulga parte das ações da UFPel e traz a sociedade para mais perto da academia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GOERGEN, P. **Ciência, sociedade e universidade. Educação & Sociedade**, v. 19, n. 63, p. 53–79, ago. 1998.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Ciência e tecnologia na comunicação social de instituições governamentais**. São Paulo: USP, 2010. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/7dcc29531a7fa48c7e03f426d04bbc63.PDF>>. Acesso em: 05 de setembro de 2023.

SANTOS, Dayla. **Esqueça os likes! Descubra quais métricas de redes sociais você realmente deveria estar de olho**. Disponível em <[79](https://www.conexorama.com/metricas-redes-sociais/#:~:text=Em%20um%20mundo%20ideal%2C%20o,de%2010%25%20da%20sua%20audi%C3%Aancia.>>. Acesso em 10 de setembro de 2023.</p></div><div data-bbox=)

PROJETO LABCOM CAFÉ

MARIA ELISA GATTIBONI LOPES¹; ADRIANA PORTELLA²; DARA ELISA DOS SANTOS BANDEIRA³; LUCIELE DOS SANTOS OLIVEIRA⁴; EDUARDO GRALA DA CUNHA⁵

¹Universidade Federal de Pelotas – mgattiboni@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – adrianaortella@yahoo.com.br

³Universidade Federal de Pelotas – bdaraelisa@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – lucielesantos54@hotmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – eduardogralacunha@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O projeto LabCom Café é um dos projetos desenvolvidos pelo Laboratório de Estudos Comportamentais (LabCom) da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo (FAUrb), da Universidade Federal de Pelotas (UFPeL). A fundação do Laboratório se deu em 2016 motivado por um projeto internacional de estudo comportamental de idosos e as cidades em que eles vivem, sendo o projeto financiado por órgãos britânicos. Desde então, segue-se estudando temas que envolvem o usuário e suas demandas sociais, nos campos da pesquisa e extensão, visando a inclusão social e bem-estar para todos.

O projeto iniciou em junho de 2020 tendo em vista a necessidade dos alunos e professores se encontrarem para continuar estudando temas relacionados às injustiças sociais que ficaram mais destacadas com o surgimento da pandemia do COVID-19.

O projeto obtinha como propósito reunir semanalmente, de modo *on-line*, através da plataforma *Google Meet*, os participantes do Laboratório a fim de acolhe-los e manter o convívio em comunidade em tempos de isolamento social. Essa estratégia adotada foi planejar ações de enfrentamento para fortalecer a saúde mental dos indivíduos (Ho et al., 2020).

Com o decorrer dos encontros, diversos temas passaram a serem abordados e o acesso foi ampliado a todo círculo acadêmico, bem como à artistas, comunidades, ONGs e quaisquer pessoas que quisessem participar. Em 2020 a 2021, momento o qual a Universidade estava com suas atividades acadêmicas remotas, os encontros ocorriam *on-line* às sextas-feiras, às 16 horas.

Com a retomada das aulas de forma híbrida, no semestre de 2022/1, os encontros adotaram tal formato e ocorriam nas quartas-feiras, às 18 horas. Durante esse período, os palestrantes conectavam-se em chamada de vídeo e o público concentrava-se nas dependências da Faculdade.

Uma vez do retorno integral das aulas presenciais da UFPeL, nos semestres de 2022/2 e 2023/1, o LabCom café promoveu eventos presenciais quando havia disponibilidade de locomoção dos palestrantes e manteve híbrido os encontros que não era possível a presença física dos mesmos.

O propósito do LabCom Café segue de ser um campo de troca de ideias e conhecimento, um espaço que busca relações de intercâmbio de experiências, inspirado na realidade globalizada, a fim de realizar inclusão e conexão dos agentes da comunidade acadêmica e profissionais de temáticas relacionados ao espaço edificado e urbano, e ainda, aproximar assuntos não debatidos usualmente durante o

processo de graduação e construir “um saber independente e contextualizado que impulse o desenvolvimento da sociedade.” (Costa et al., 1994).

A partir disso, os assuntos a serem tratados no LabCom Café podem ser sugeridos por participantes do Laboratório, bem como por pessoas que não possuem qualquer ligação com o mesmo, com a finalidade de democratizar as pautas a serem debatidas. Além disso, os encontros não exigem inscrições prévias, o público é cativado pelas divulgações físicas ou nas redes sociais, ou basta apenas o interessado passar pelas dependências da FAUrb, avistar a ocorrência do evento e participar. Assim, reforça-se que o espaço da Universidade é para todos aqueles que estiverem dispostos a construir um pensamento coletivo e visar o bem comum.

2. METODOLOGIA

A organização do projeto de extensão LabCom Café é composta por equipes formadas por acadêmicos e docentes. A equipe de programação é responsável pela escolha do tema e por contatar os palestrantes, além de definir a data do evento e agendamento do espaço. Após feitas essas definições, a equipe de divulgação realiza o trabalho de criação de arte digital para que o evento seja divulgado de modo *on-line*, pelas redes sociais e pelo site do Laboratório, bem como fisicamente, com distribuição de panfletos informativos e fixação de cartazes pelas dependências da Faculdade e divulgação oral durante as aulas, objetivando alcançar um leque abrangente de semestres distintos no curso como público externo. Posterior à isso, a equipe técnica é quem seleciona e confere equipamentos e materiais necessários para a realização da palestra em boa qualidade, como microfones, caixas de som, projetores de imagem e vídeo, e também preparam e organizam os atrativos para a recepção dos convidados, disponibilizando água, café, pipoca, biscoitos, etc.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Desde seu início, o projeto LabCom Café realizou 59 encontros no total. No dia 14/09/2022, às 18 horas ocorreu a palestra intitulada de LabCom Café Arquitetura Hostil e Aporofobia, de maneira híbrida, ou seja, o palestrante por chamada de vídeo e o público presencialmente. O religioso e ativista falou sobre sua experiência e trabalho contextualizando sobre o que é arquitetura hostil e aporofobia e como ele luta para superar essas barreiras. A conversa durou por volta de 40 minutos, além de 20 minutos para perguntas do público e reuniu cerca de 90 pessoas. Foi fundamental para a reflexão dos acadêmicos a respeito de como o trabalho desenvolvido pelos arquitetos e urbanistas influenciam não só o usuário da própria edificação, mas também um contexto urbano social.

Já no dia 16/11/2022, também às 18 horas, a Faculdade recebeu um arquiteto e urbanista que atua na causa ambiental, o encontro foi presencial. A conversa denominada de LabCom Café Cultura Criativa abordou a experiência do arquiteto em desenvolvimento de trabalhos na região amazônica em conjunto com o povo local. O respeito e a valorização da arquitetura local, considerando a utilização de materiais naturais locais, ambiente climático específico e a preservação da cultura foram aspectos ressaltados pelo profissional.

E em 27/07/2023, às 18 horas, se deu lugar ao LabCom Café Amparho, uma palestra ministrada pela neuro psicopedagoga, presidente da Associação de Amigos, Mães e Pais de Autistas e Relacionados com Enfoque Holístico (AMPARHO) e mãe de um jovem autista de 18 anos. A temática abordou os diferentes níveis dentro do

Transtorno do Espectro Autista (TEA) e como os indivíduos dentro desse espectro recebem as diversas informações pelos cinco sentidos e reagem a elas. Destacou-se a importância do profissional de arquitetura e urbanismo em projetar espaços dedicados à essas pessoas considerando a forma com que elas percebem o espaço e a partir dele são estimuladas. Também foi apresentado à comunidade, pelo diretor da FAUrb, o projeto arquitetônico em desenvolvimento, em parceria da Associação com o Laboratório, da nova sede da AMPARHO, um local mais amplo para receber o público que cresceu, com salas para consultas médicas, psicológicas e demais áreas que contribuem na qualidade de vida dos autistas. Além disso, ambientes de lazer para eles e também espaços para desenvolvimento de projetos de iniciativa da própria Associação.

4. CONCLUSÕES

Pelo exposto, evidencia-se a importância que o projeto de extensão teve no contexto de seu surgimento, ao criar uma rede de apoio afetivo em momento de isolamento social que buscou manter as relações respeitando as limitações vigentes a fim de preservar a sanidade mental dos participantes do grupo.

Ainda, a nova formatação do LabCom Café reaproximou professores e alunos que por vezes conheciam-se apenas virtualmente, ademais, a reocupação das instalações físicas da Faculdade reforçou a relação dos acadêmicos com o mesmo ao ocupa-lo, realçando o sentimento de pertencimento. Para mais, as palestras provocam reflexões importantes para o processo de aprendizagem, de formação profissionais, questionando o indivíduo do seu papel com futuro arquiteto(a) e urbanista e, ainda, seus direitos e deveres como cidadão e, sobretudo tudo, ser humano inserido na realidade da sociedade brasileira.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, J. B., TORRES, A. R. R., BURITY, M. H. I., & CAMINO, L. Universidade: espaço institucional para o desenvolvimento político. **Temas psicol**, Ribeirão Preto, v.2, n.1, p. 18, 1994.

HO, C. S., CHEE, C. Y., & HO, R. C. Mental Health Strategies to Combat the Psychological Impact of COVID-19 Beyond Paranoia and Panic. **Ann Acad Med Singapore**, Singapura, v.49, n.3, p. 155-160, 2020.

RELATO DE EXPERIÊNCIA: AS AULAS DE FRANCÊS SOB A PERSPECTIVA ACIONAL

ANDREA CLASEN GIMENES¹;
ANA MARIA DA SILVA CAVALHEIRO²

¹Universidade Federal de Pelotas – andreagimenes71@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anamcavalheiro9@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem o objetivo de compartilhar uma experiência concebida em minha jornada como ministrante do curso de Francês Básico I, durante o primeiro semestre de 2023, no projeto de extensão Cursos de Línguas, da UFPel, tendo como modelo de ensino de língua a abordagem acional.

A abordagem acional é uma continuidade da abordagem comunicativa. A abordagem comunicativa se populariza nos anos 80 com o objetivo de fazer com que o estudante aprenda a se comunicar em língua estrangeira, de forma que consiga agir no ambiente externo através de suas palavras, sobretudo através dos atos de fala (SAYDI, 2015).

A abordagem acional se constitui, então, para satisfazer as necessidades de aprendizagem de língua descritas pelo Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas (PUREN, 2014). Ela se diferencia da abordagem comunicativa principalmente pela atualização da concepção de ato de fala para a de tarefa ou projeto (CECRL, 2023). Dessa forma, as abordagens são semelhantes, porém possuem suas particularidades e oposições.

No curso de Francês I do Curso de Línguas da UFPel, essas abordagens linguísticas se manifestam no livro didático *Nickel ! 1 Livre de l'élève*, manual que se apresenta como um método prático dentro de uma perspectiva acional, visando à aquisição do nível A1 do CECRL e do DELF e propondo que o aluno aprenda a agir e interagir de forma eficaz em contexto francófono (AUGÉ, 2014). Ainda assim, dentro desse manual que baseia a elaboração e as aulas de francês, é possível encontrar claramente, além dos traços da abordagem acional, traços da abordagem comunicativa. Esses traços, que serão expostos ulteriormente, se complementam e servem para alcançar propósitos importantes que serão discutidos mais adiante.

Será feito um percurso para relacionar os três pontos principais desse trabalho: a abordagem de ensino de línguas, o material didático e minhas experiências nas aulas, respectivamente. O intuito é de interpretar a concepção teórica da abordagem acional, explicitada pelos teóricos aqui citados; encontrar seus traços no livro didático que me norteia, e seus efeitos na minha prática como ministrante do curso de francês.

2. METODOLOGIA

No Curso de Francês I foi proposta, então, uma atividade centrada na perspectiva acional, em que os 10 alunos que estavam em aula naquele dia deveriam redigir um diálogo a partir de um plano de viagem, proposta dessa forma: escolher um colega, formar uma dupla, escolher um lugar do mundo para onde gostariam de ir e planejar uma viagem. Com base nesse plano de viagem, a dupla deveria elaborar um diálogo para decidir, além do local de ida, em qual estação do ano viajariam,

por qual meio de transporte chegariam ao local e quais atividades gostariam de fazer lá. Essa atividade permitiu colocar em prática os pontos lexicais, gramaticais e interculturais vistos no curso.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para a abordagem comunicativa, o importante é que o aluno consiga se comunicar num contexto específico de uma situação da vida cotidiana. Dessa forma, não é suficiente que o aluno conheça somente a estrutura da língua, é necessário que ele compreenda como e em qual momento usar um conjunto de palavras ou de frases num determinado contexto. Para isso, na sala de aula, o aluno é retirado do seu posto tradicional de espectador passivo que escuta e repete o que o professor diz e é colocado em contato com a língua de forma mais direta, através dos *jeux de rôle*, momento em que o aluno deve interpretar o papel de um utilizador da língua em uma dada situação (SAYDI, 2015). Esse tipo de exercício é encontrado no livro de didático *Nickel ! 1*, como é possível observar na Figura 1:

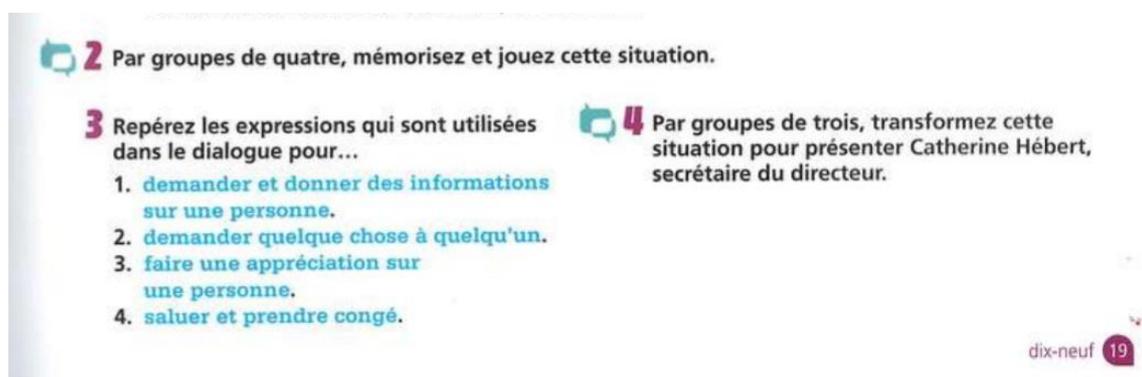


Figura 1: Exercício extraído do método *Nickel ! 1*

Essas atividades são relacionadas à compreensão oral de um diálogo sobre o cotidiano escolar. Após as atividades de escuta, os alunos partiram para as atividades de produção oral, como no exercício 2, onde eles deveriam, em grupo, memorizar a situação e interpretá-la, repetindo o diálogo em questão. Esse tipo de atividade é proveitoso tanto para que os alunos compreendam qual tipo de expressão é usada nesse contexto, como para que eles tomem consciência da fonética e da entonação da língua francesa. Após o exercício de repetição, os alunos criam diálogos imaginando uma situação semelhante, como indica o exercício 4, para colocar em prática as novas informações que obtiveram ao longo do curso.

No que concerne à abordagem acional, a que se refere o material didático *Nickel ! 1*, a intenção da comunicação é voltada para as necessidades do *Cadre Européen Commun de Référence pour les langues* (CECRL), documento que descreve os resultados de aprendizagem de línguas estrangeiras europeias e é o que norteia exames de proficiência como o DELF e o DALF. Nessa abordagem, o objetivo é que o aluno se torne um ator social que consegue mobilizar suas competências para realizar uma tarefa ou resolver um problema (SAYDI, 2015). Os conteúdos linguísticos serão organizados, então, a fim de concretizar um projeto de comunicação.

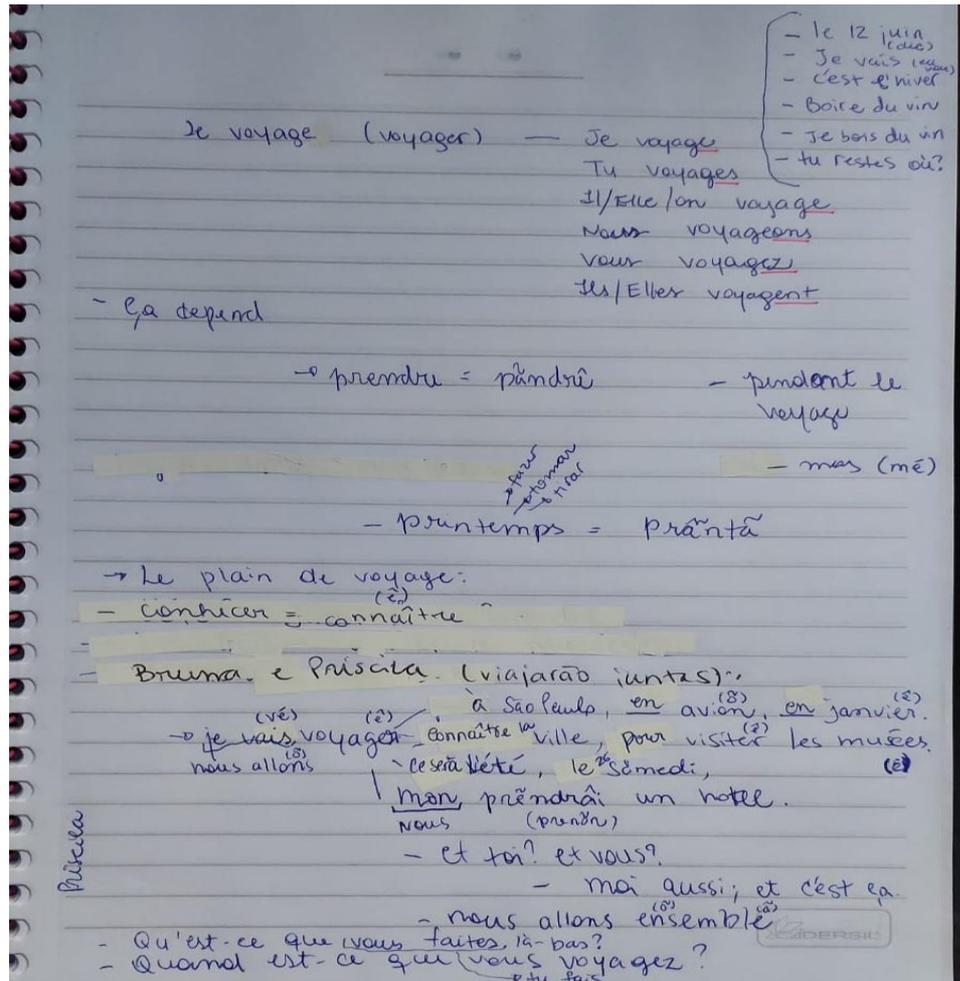


Figura 2 – Esboço do plano de viagem
Fonte: Arquivo pessoal

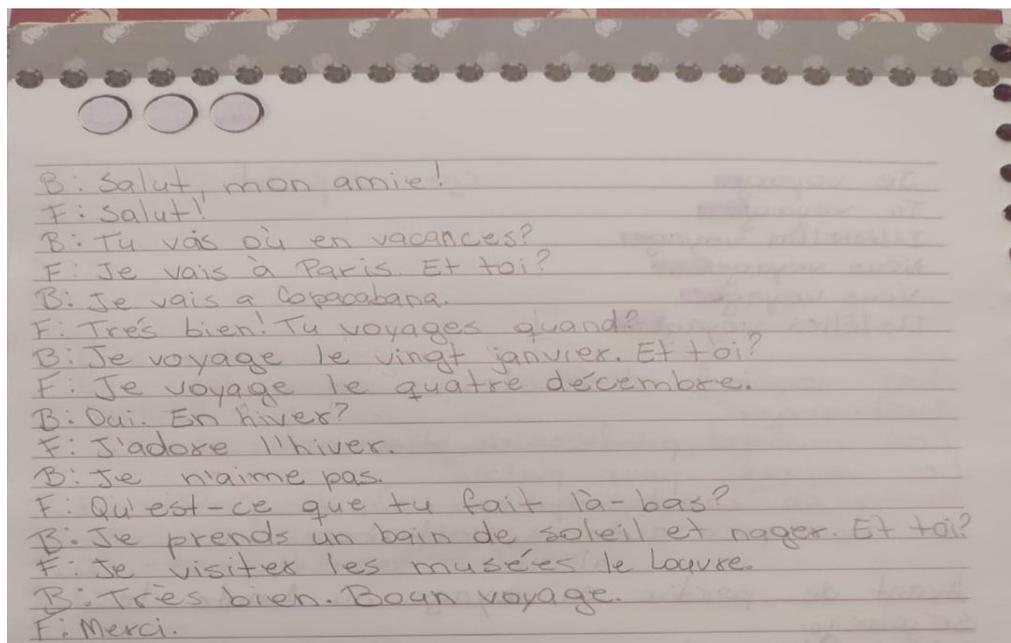


Figura 3 - Diálogo elaborado pelos alunos
Fonte: Arquivo pessoal

O plano de viagem deveria ser apresentado pelas duplas em forma de um diálogo. Os alunos escolheram seus parceiros e colocaram no papel suas ideias. Durante a preparação escrita, os alunos me pediam ajuda para construir suas falas, perguntavam qual era a melhor forma de usar expressões que não tem uma tradução exata do francês para o português ou vice-versa, além de tirarem dúvidas de pronúncia. O resultado da resolução das dúvidas durante o processo de criação foi uma apresentação mais fluida do diálogo, pois os alunos estavam mais confiantes e despreocupados com possíveis correções inesperadas. Essa atividade englobou os conhecimentos lexicais relacionados aos dias da semana, meses do ano, estações do ano e férias. Ela serviu para colocar em prática, também, competências comunicativas tais como se cumprimentar, dar e pedir informações sobre as pessoas e expressar seus gostos. Esse grupo de competências estava previsto no quadro de conteúdos do material didático e tomaram forma nesse projeto de comunicação.

4. CONCLUSÕES

Conforme o que foi apresentado, este trabalho mostra o processo de criação de duas atividades que ocorreram no curso de Francês I do Cursos de Línguas, Projeto de Extensão do Centro de Letras e Comunicação da UFPEL. A referida atividade, além de ter sido bem aceita pela turma, teve um resultado bastante positivo em relação ao que era esperado, pois os alunos conseguiram mobilizar seus conhecimentos linguísticos e interculturais para completar uma tarefa, da forma que é esperado numa aula baseada na perspectiva acional. Essas atividades ilustram o uso de duas abordagens importantes no ensino de línguas, ressaltando que a reflexão sobre essas abordagens é extremamente importante para minha formação como professora de línguas, fazendo com que eu me torne cada vez mais consciente em como colocar em prática estratégias de ensino que tornem a aprendizagem de uma língua um processo mais eficiente, proveitoso e agradável para os alunos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- SAYDI, T. **L'approche actionnelle et ses particularités em comparaison avec l'approche communicative.** Synergies Turquie. 2015. n° 8 pp. 13-28.
- AUGÉ, H. ; PUJOLS, M. D. Canada ; MARLHENS, C. ; MARTIN, L. **Nickel ! 1 Livre de l'élève.** Paris : CLE International, 2014. 208 p.
- PUREN, C. **Approche communicative et perspective actionnelle, deux organismes méthodologiques génétiquement opposés... et complémentaires.** Christian Puren, 2014. Acessado em 17 ago. 2023. Online. Disponível em: <https://www.christianpuren.com/mes-travaux/2014a/>
- Cadre européen commun de référence pour les langues. **L'approche actionnelle.** Conseil De l'Europe, Paris, 2022. Acessado em 17 ago. 2023. Online. Disponível em: <https://www.coe.int/fr/web/common-european-framework-reference-languages/the-action-oriented-approach>

CRIANDO CARTAZ: OFICINA PARA DESIGNERS INICIANTES

ISABEL GALLI ROMAGNOLI¹; LUIZA DE HOLANDA MACEDO²; PROF.^a. Dr.^a
HELENA DE ARAUJO NEVES³; PROF.^a Dr.^a PATRÍCIA LOPES DAMASCENO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas - romagnoliisabel@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas - deholandaluiza@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas - profhelena.neves@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas - pldamasceno@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo proporcionar uma visão detalhada do processo de planejamento e criação do material instrucional elaborado para uma futura oficina de construção de cartazes que será promovida pela Empresa Júnior dos cursos de Design da UFPel: a Designeria. Tal oficina, que ocorrerá junto ao evento SulDesign, promovido pelos cursos de Design da UFPel, terá enfoque no desenvolvimento criativo e técnico dos alunos que se encontram nos primeiros semestres dos cursos de Design. O foco nesse público ocorre em função de não terem cursado ainda disciplinas projetuais, podendo estimular e propiciar que se aproximem do campo para o qual iniciaram sua formação. Além disso, a intenção será fornecer noções sobre fundamentos para criação de cartazes e ferramentas presentes em um *software* que os auxiliem futuramente.

A oficina será ministrada por duas estudantes que estão em semestres mais avançados no curso de Design Gráfico da UFPel, e ocorrerá em um laboratório do prédio dois do Centro de Artes, proporcionando um ambiente com acesso aos recursos necessários, como computadores e *software*, para a criação de cartazes. O *software* utilizado será o *Adobe Illustrator*.

Ao longo deste artigo serão destacados previamente os principais aspectos do processo que envolveram a criação e produção do material; as estratégias adotadas; as ferramentas utilizadas e as metodologias empregadas no acompanhamento da elaboração da *Oficina de Cartaz*.

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa com caráter exploratório e revisão bibliográfica que abrangeu os conceitos de Design da Informação, fundamentos para a criação de cartaz, além de levantamento documental das obras do designer e artista multimídia Ismael Monticelli, que também atua com criação de cartazes.

Além disso, na oficina pretende-se explorar uma metodologia projetual adaptada de Rodolfo Fuentes (2009), que prevê três grandes fases — problema, criatividade e solução. Nessas, Fuentes (2009) define algumas etapas a serem seguidas, contudo não será focado o percurso completo dessas etapas, em função do tempo e do objetivo da oficina. Pretende-se seguir apenas alguns

passos, que serão apresentados aos participantes por meio de *slides*, quais sejam: 1ª etapa — *Definição do problema*, será a tarefa de criar um cartaz; 2ª etapa — *Compilação e análise de dados*, nesta será abordada uma compilação e análise de referências e, por fim, a 3ª etapa intitulada *Materiais e tecnologias, experimentação e desenhos construtivos*, na qual será proposto a criação do cartaz utilizando o *software* vetorial *Adobe Illustrator*. Nesta fase será exposto aos participantes desde a criação do arquivo até a sua finalização.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A oficina compreenderá dois momentos distintos: um teórico e outro prático. Na primeira fase será abordada a justificativa da peça a ser produzida, o fato de ser um cartaz. Na sequência serão explorados os conceitos que podem ser empregados na criação, trabalhando os seguintes princípios: *Eye Tracking* (mapeamento do caminho do olhar); *Grid* (organização e alinhamento) e Hierarquia (valor e importância). Esses princípios em acordo com os ideais de Ellen Lupton (2008) presentes no livro *Novos Fundamentos do Design* e também de Jennifer Visocky e Ken Visocky (2008) no livro *The Information Design Handbook*.

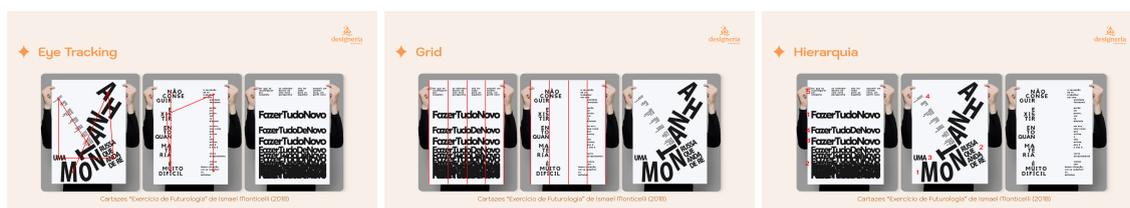
Essas definições também são apresentadas aos acadêmicos em disciplinas como Fundamentos da Linguagem Visual I e Design da Informação, primeiro e terceiro semestre respectivamente, sob enfoques diferentes e tendo por base bibliografia distintas.



Figuras 1 e 2 - Prancha 2 e 3 da apresentação da Oficina

Fonte: Dados da pesquisa

Os primeiros *slides da Oficina* serão ilustrados com cartazes criados para a exposição "Exercício de Futurologia" de Ismael Monticelli (2018), objetivando evidenciar os conceitos trabalhados em aplicações reais. Como pode-se observar, na terceira, quarta e quinta pranchas serão estudados o modo como olhar rastreia o layout (*Eye Tracking*) e apresentados os conceitos de *Grid* e Hierarquia, respectivamente, a partir de uma análise dos cartazes de Ismael Monticelli (2018).



Figuras 3, 4 e 5 - Pranchas 4, 5 e 6 da apresentação da Oficina
Fonte: Dados da pesquisa

Na segunda fase da oficina, será apresentado ao grupo o *briefing*, ou seja, a solicitação para a confecção dos cartazes. Esta fase terá início com a 1ª etapa da metodologia a *Definição do problema*. A proposta foi pensada entendendo que boa parte dos alunos que compõem o corpo estudantil da UFPel é natural de cidades vizinhas de Pelotas e até mesmo de outros Estados do Brasil. Dessa maneira, tendo como inspiração a música “Meu Lugar”, composta e interpretada pelo sambista brasileiro Arlindo Cruz, o tema da oficina estimulará que os alunos criem cartazes tipográficos, com ou sem elementos de apoio¹, utilizando frases ou palavras que respondam a seguinte pergunta: o que faz do meu lugar ser o meu lugar? A partir dessa pergunta, pretende-se estimular a criatividade e o sentimento de regionalidade e pertencimento — bem como a valorização do local de onde o participante é natural.



Figuras 6 e 7 - Pranchas 7 e 8 da apresentação da Oficina
Fonte: Acervo nosso

Após explanar o *briefing*, os participantes avançarão para a 2ª etapa, *Compilação e análise de referências*. Nesta, criarão uma nuvem de palavras contendo definições sobre sua cidade natal, estimulando que eles busquem por referências visuais em outros cartazes para a definição e criação da própria peça.

Por fim, na 3ª e última etapa, os alunos terão a oportunidade de aplicar os conhecimentos desenvolvidos na oficina. Nesta fase serão estimulados a utilizar o *software Adobe Illustrator* (Figuras 8 e 9). Este foi definido por se tratar de um programa amplamente utilizado ao longo do curso e também no campo de atuação profissional do design, permitindo que os participantes compreendam o passo a passo da criação de um novo arquivo à finalização do cartaz.



Figura 8 e 9 - Prancha 9 e 10 da apresentação da Oficina

¹ Componente visual secundário, usado para complementar o conteúdo principal e melhorar a estética geral do projeto. Ajudam a direcionar a atenção e a transmitir informações adicionais.

Fonte: Acervo nosso

Importa destacar que, especialmente durante a segunda etapa, as ministrantes da oficina, integrantes da Designeria, estarão presentes para oferecer orientações e direcionamentos, auxiliando os participantes em seu processo criativo e no uso da ferramenta.

4. CONCLUSÕES

Almeja-se que a Oficina de Cartaz proposta pela Designeria se destaque por sua abordagem unificada e com o foco no ensino, oferecendo a oportunidade para o desenvolvimento dessa competência por parte de sua equipe. Desse modo, ao elaborar tal proposta, a Empresa Júnior oportuniza que membros mais experientes de sua equipe possam compartilhar conhecimentos com alunos ingressantes, como uma forma de acolhimento no ambiente acadêmico, inclusive fomentando essa cultura didático-pedagógica entre os estudantes do curso.

Com um enfoque prático, acredita-se que a Oficina será um ótimo ensejo para que os alunos, que recém ingressaram nos cursos de design, tenham um complemento em sua formação para a construção futura não apenas de cartazes, mas das demais peças solicitadas em disciplinas, uma vez que ela abordará conceitos que são explorados em estágios posteriores do curso. Por isso, acredita-se que se tornará uma experiência valiosa, proporcionando aos participantes uma introdução antecipada e aplicação de princípios essenciais no Design. Por fim, resta informar que se pretende coletar dados dessa experiência, avaliando-a junto aos participantes e à equipe da Designeria, bem como socializando seus resultados por meio de um artigo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FUENTES, R.F. **A Prática do Design Gráfico: uma Metodologia Criativa**. São Paulo: Rosari, 2009.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, J. C. **Novos Fundamentos do Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MONTICELLI, Ismael. **Exercício de futurologia**. Ismael Monticelli. Acessado em 10 set. 2023. Online. Disponível em:
<<https://www.ismaelmonticelli.com/exerciciodefuturologia>>.

O'GRADY, Jenn+Ken. **The information design handbook**. Cincinnati, Ohio: HOW Books, 2008.

CONCEPÇÃO DE UMA ASSINATURA VISUAL E PONTOS DE CONTATO PARA CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO DOS NOVOS PRODUTOS DA PARCERIA ENTRE LINHA UFPEL E ESPORTE UFPEL

EDUARDO LUCCA VOSS DA SILVA¹; ANA DA ROSA BANDEIRA²

¹Universidade Federal de Pelotas – ducca01x@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Completando 4 anos de atividade - com sua origem em 2019 a partir da comemoração de 50 anos da Universidade -, o projeto unificado “Inserção Acadêmica na produção, divulgação e comunicação de livros e produtos com a marca Linha UFPel” ou, como é mais comumente conhecida, Linha UFPel, tem sua equipe constituída, atualmente por um discente bolsista do Design (sendo o terceiro e atual bolsista o autor deste artigo), servidoras técnico-administrativas em educação e docentes da UFPel na condução de suas ações. A cada ano, as ações do projeto são revisadas e atualizadas, permitindo a colaboração de uma fatia maior da comunidade acadêmica como a participação de discentes e docentes de cursos como Administração, Ciências da Computação, Jornalismo, Design Gráfico e Digital, além de servidores de outros setores como o Suldesign Estúdio.

Com a recente parceria formada entre o Projeto Linha UFPel - criada no âmbito do Núcleo de Editora e Livraria UFPel (Nelú) e vinculada ao Gabinete da Vice-Reitoria, sob coordenação da professora Ana da Rosa Bandeira -, e a Divisão de Esporte UFPel (DIESP) - vinculada ao Gabinete da Reitoria, sob direção do professor Márcio Penha - para a criação de novos produtos que contemplem e promovam a iniciação desportiva da Universidade, surge também a demanda por uma campanha de divulgação de tal iniciativa. O desenvolvimento e estruturação de tal campanha ocorre em conjunto com alunos matriculados na disciplina de Direção de Criação - ministrada pela professora Nádia Leschko aos cursos de Design Gráfico e Digital -, reforçando o caráter colaborativo do projeto, que possui a intenção de servir como laboratório para que os alunos de graduação de diferentes áreas possam atuar na produção, divulgação e comunicação de produtos com a identidade visual da Universidade.

Com isto, o presente artigo tem como objetivo descrever o processo criativo da assinatura visual elaborada para a campanha de divulgação desta nova linha de produtos, aplicadas em publicações de redes sociais e em *flyers*, utilizando o processo de design para sistemas de folhetos e a criação de pontos de contato apontados por WHEELER (2008).

2. METODOLOGIA

O artigo tem base em um estudo qualitativo, de caráter exploratório, com sua pesquisa pautada na revisão das assinaturas visuais de ambos projetos nas redes sociais, onde sua geração de resultados - a concepção do objeto de estudo, uma assinatura visual que sintetiza as identidades visuais já estabelecidas de ambas as marcas - parte de uma adaptação da metodologia projetual para criação de sistemas de design de folhetos em 9 etapas apresentada por WHEELER (2008),

assim como a criação de um novo ponto de contato para a campanha de divulgação dos novos produtos, os *flyers*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Recorreu-se à metodologia projetual sobre design do sistema de folhetos que possui 9 etapas, a saber: 1. Revisão do quadro geral; 2. Desenho de um sistema de capas; 3. Determinar o sistema tipográfico; 4. Determinar a linguagem visual; 5. Cores; 6. Estudar formatos e padrões; 7. Escolher o papel; 8. Desenvolver protótipos; 9. Desenvolver normatizações (WHEELER, 2008, p.140-141) para a concepção do objeto de estudo. Por ser um processo aplicado especificamente para folhetos, decidiu-se adaptar a metodologia para criação do design das peças gráficas para redes sociais, seguindo apenas os seis primeiros passos, já que em essência o processo criativo é semelhante.

Seguindo uma breve revisão do quadro geral, praticaram-se *auditorias*¹ internas e de concorrentes; foram analisadas as identidades visuais já estabelecidas por ambos os projetos atrelados pela parceria e feita uma síntese de seus elementos em uma assinatura visual única que evidenciasse tanto a Linha UFPel quanto o Esporte UFPel. A partir daí determinou-se o sistema tipográfico a ser utilizado para as peças, sendo elas: “Gotham” - família tipográfica já presente nas postagens do perfil da Linha UFPel -, “Work Sans” - por sua legibilidade e legibilidade, servindo de fonte auxiliar em caso de textos mais longos - e “Keep Calm” - fonte usada na marca e postagens do perfil da Divisão de Esportes UFPel (DIESP). Quanto à linguagem visual escolhida, optou-se por colagem e fotografia, sendo o primeiro card do carrossel, uma colagem com elementos ilustrativos e tipográficos - com identificações de preço, nome e detalhes do produto - e os cards em sequência com fotografias pós-produzidas para melhor visualização das amostras do produto pelo consumidor. Já na etapa de escolha de cores, decidiu-se pela união das paletas da DIESP e da Linha UFPel - laranja, amarelo e azul marinho - além de preto e branco; sendo a escolha de formato a última etapa, visto que os perfis de ambos os projetos se encontram no *Instagram*, o formato padrão de publicações para feed deve ser na proporção 1:1 e, em caso de publicações direcionadas aos stories, seu formato deve ser de 16:9.

Tendo a arte final das peças gráficas aprovadas, foram publicadas nas redes sociais do perfil da Linha UFPel em colaboração com o perfil do Esporte UFPel. Após implementar o processo metodológico que definiu grande parte do projeto, como resultado da confecção de testes das peças gráficas houve ramificações que levaram também à produção de *flyers* em dois modelos - criando assim um novo ponto de contato para as marcas, o que configura-se como uma oportunidade para fortalecer uma marca e comunicar a sua essência, segundo WHEELER (2008, p.13). A intenção, com isso, é que pudessem ser expostos em locais que atingissem o público desportivo (mas não exclusivamente ele) da Universidade, como ginásios vinculados à UFPel, corredores dos centros de ensino e afins, com a ideia de levar novos consumidores a descobrir mais sobre os novos produtos e como comprá-los através da adição de um QR Code. Com isto, foi necessário visitar a sexta etapa da metodologia projetual e definir

¹ Auditoria é um processo sistemático em que todas as atividades desenvolvidas por uma empresa são analisadas. Fonte: https://blog-pt.checklistfacil.com/auditorias/#O_que_sao_auditorias

um formato padrão também para esse ponto de contato, tendo sido escolhido o tamanho A5, comumente usado para *flyers* (ver figura 1).

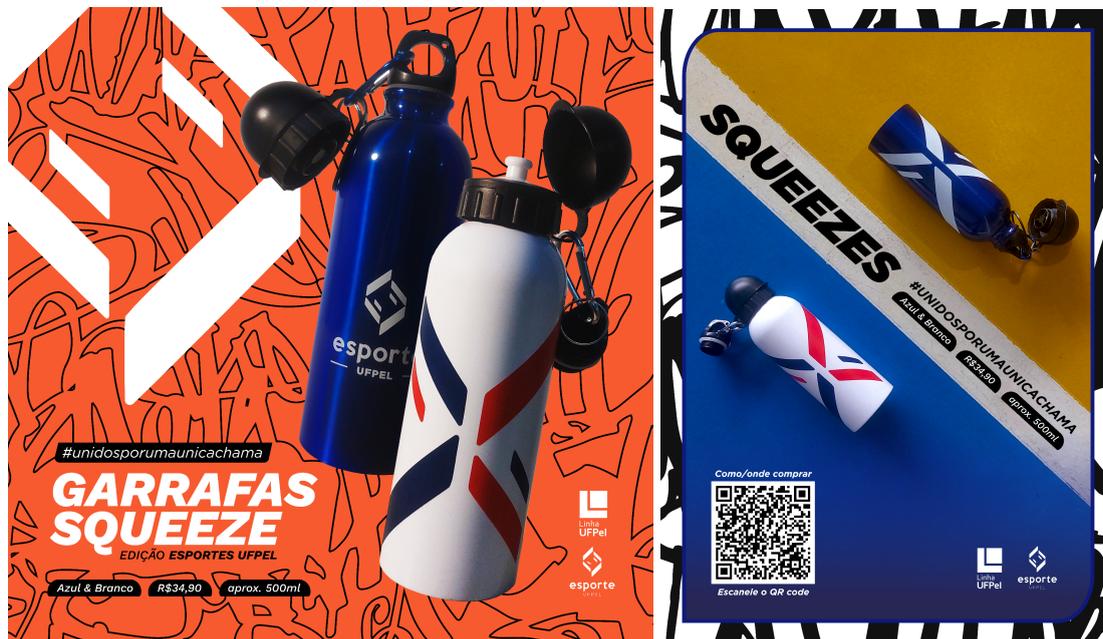


Figura 1: Card confeccionado para redes sociais (esq.) e um dos modelos de flyers impressos (dir.).

Fonte: Elaborado pelo autor.

Até o momento de finalização deste texto, a publicação envolvendo o anúncio do novo produto, as garrafas squeeze em dois modelos, está concluída, enquanto a impressão e distribuição dos flyers está sendo discutida.

4. CONCLUSÕES

A co-criação com discentes - matriculados na disciplina de Direção de Criação, ministrada pela profª Nádia Leschko -, visto pelos os olhos do autor, se mostrou benéfica para todos os envolvidos.

Para a Linha, a concepção de uma assinatura visual para produtos concebidos pela parceria com o Esporte UFPEL - que ao mesmo tempo agrega características da identidade visual de ambas as marcas evidenciando que a construção de um projeto de design se dá essencialmente a partir de estudos, pesquisas e metodologias com o uso devido de instrumentos pertinentes (KANTER, KAO, WIERSEMA, 1998 *apud* BUNILHA, 2020). Além disso, estabelecer um novo ponto de contato para divulgação dos mesmos acaba por atrair uma nova parcela de consumidores, que podem ou não ter conhecimento prévio sobre as marcas, assim renovando seus públicos e semeando o futuro para o crescimento e novos desdobramentos da parceria entre elas.

Para os discentes, os alunos de graduação em Design puderam ter um contato direto com a experiência de trabalhar em conjunto com o projeto, visto sua atuação na divulgação e comunicação deste novos produtos que representam a UFPEL, ressaltando mais uma vez o caráter formativo da Linha UFPEL com a comunidade acadêmica e de servir como um laboratório criativo para diversas áreas da Universidade, assim permitindo o aprimoramento profissional dos colaboradores através de práticas em conjunto como esta.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUNILHA, T. A comunidade acadêmica como co-criadora da Linha UFPEL e os desafios de trabalhar para um público-alvo diverso. In: **CEC 2020: VII CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL**. Pelotas, 2019. Anais Comunicação. Pelotas, 2020. p.141.

Núcleo de Editora e Livraria UFPEL. **Sobre a Linha UFPEL**. Livraria UFPEL., Pelotas, c2021. Institucional. Acessado em 10 set. 2023. Online. Disponível em: http://loja.livrariaufpel.com.br/sobre_projeto_linha_ufpel

PACCANARO, A. A importância da metodologia projetual na criação de produtos da Linha UFPEL. In: **CEC 2022: IX CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL**. Pelotas, 2022. Anais Comunicação. Pelotas, 2022. p.82.

WHEELER, A. **Design de Identidade da Marca: um guia completo para criação, construção e manutenção de marcas fortes**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

INSTAGRAM. **Divisão de Esporte UFPEL (DIESP)**. Pelotas, c2022. Instagram: @esporte.ufpel. Disponível em: <<https://www.instagram.com/esporte.ufpel/>>. Acesso em: 9 set. 2023.

EXTENSÃO INTERDISCIPLINAR PARA POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA: MITOS E VERDADES SOBRE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS

SARAH SEVERO JARDIM¹; ADRIANO GOULART CARVALHO PEREIRA²; VÂNIA RODRIGUES DE LIMA³; PEDRO LUVIELMO PINTO⁴; MÁRCIA DE MELLO LUVIELMO⁵

¹Universidade Federal do Rio Grande (FURG) – sarah.severo Jardim@gmail.com

²Universidade Federal do Rio Grande (FURG) – adrianogoulartcarvalho@gmail.com

³Universidade Federal do Rio Grande (FURG) – vrlima23@hotmail.com

⁴Sociedade de Educação Ritter dos Reis Ltda (UniRitter) – pluvielmo@gmail.com

⁵Universidade Federal do Rio Grande (FURG) – mmluvielmo@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

As informações disponíveis sobre os alimentos influenciam nas escolhas dos consumidores, que buscam orientações em diversas fontes. Atualmente, a internet, a televisão e as informações contidas nos rótulos dos produtos são os meios mais procurados. As mídias sociais promovem o acesso e troca de informações, contribuindo com a formação de novos hábitos (COSTA, 2019). Entretanto, muitas informações, sem embasamento científico, circulam pelos meios de comunicação, influenciando negativamente nas escolhas dos consumidores (ALVARENGA et al., 2015).

Sendo assim, este projeto tem como principal objetivo esclarecer mitos e apresentar a verdade sobre alimentos industrializados de forma clara, divertida e acessível ao público em geral, através da criação e divulgação de vídeos nas mídias sociais e nos meios de comunicação convencionais. Espera-se com esse projeto influenciar positivamente a tomada de decisões e o comportamento dos consumidores, e desta forma contribuir para minimizar, a longo prazo, o número de problemas de saúde pública relacionados à má alimentação.

2. METODOLOGIA

Inicialmente, foi realizado um levantamento dos assuntos de interesse do público-alvo, visando definir o tema do primeiro material a ser divulgado.

1. Pesquisa de opinião: Foi elaborado um questionário em formato digital (via *Google Forms*) contendo sete questões, enviado por e-mail para servidores efetivos, terceirizados e discentes da Universidade Federal de Rio Grande/FURG. Foram contatadas 12 Unidades Acadêmicas e 8 Pró-Reitorias nessa etapa.

2. Escalonamento dos assuntos a serem abordados: O escalonamento foi realizado a partir da análise das respostas, agrupando-as de acordo com o tema em comum. Na sequência, cada grupo teve suas respostas quantificadas e categorizadas, em ordem decrescente, de acordo com a frequência em que foram citadas. A análise estatística foi realizada considerando os dados extraídos do *Google Forms*, utilizando-se como ferramenta o programa Excel.

3. Revisão científica: Foram utilizados artigos científicos indexados e arbitrados, livros, revistas técnicas e legislações para levantamento de todas as definições e

aplicações técnicas sobre o tema. Assim, foi construído um texto técnico sobre o tema preferido pelos participantes.

4. Estratégias de divulgação científica: A primeira estratégia foi transpor a revisão científica para um texto de linguagem acessível ao público em geral. A partir desse texto, foi elaborado um argumento de vídeo e um roteiro a ser aplicado em um vídeo para divulgação pública. Para a familiarização do público com as informações técnicas, essas foram inseridas no vídeo através de um diálogo entre os personagens.

A segunda estratégia foi o desenvolvimento do vídeo a ser divulgado nos meios de comunicação, com duração inferior a 8 minutos. Os aspectos visuais, plano, imagem e música foram definidos de acordo com SANTIVERI (2014). A produção do vídeo contou com a criação de diferentes elementos, os personagens foram concebidos na forma de avatares - cartoon 2D, elaborados pelo programa Adobe Photoshop 2022, as imagens foram obtidas de forma gratuita, via ferramenta Google e as músicas foram selecionadas no site bensound.com. Como meio de divulgação inicial, conta-se com a plataforma YouTube, através do canal: “Mitos e verdades sobre alimentos industrializados” criado com o propósito exclusivo de divulgar todos os vídeos elaborados de acordo com os temas de interesse do público-alvo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

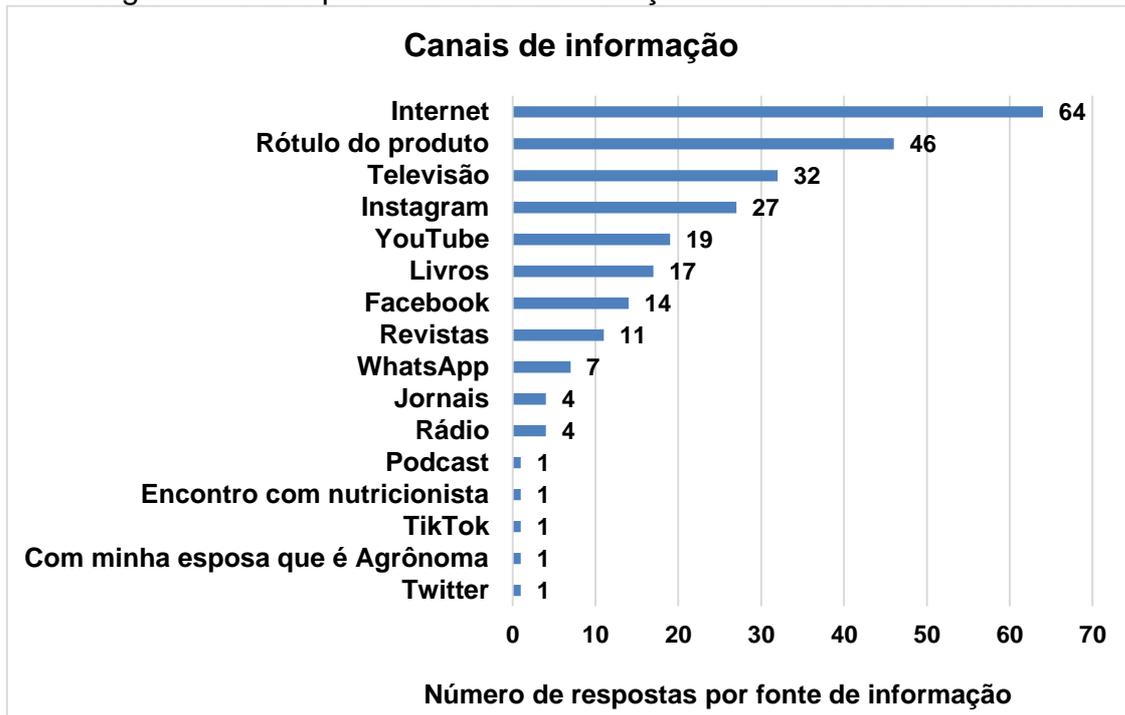
A Pesquisa coletou informações sobre o perfil do público-alvo e sobre seus interesses sobre alimentos industrializados, contando com questões objetivas e discursivas, obtendo 74 participantes no primeiro bloco.

Nos resultados referentes ao perfil dos participantes da Pesquisa de opinião foi observado que 64% dos participantes tem entre 26 e 50 anos, 65% são do sexo feminino e que 46% desse público trabalha como técnico administrativo na FURG.

Com relação às questões sobre os alimentos industrializados, um resultado importante da Pesquisa de opinião foi para a questão “Quais são seus principais canais de informações sobre alimentos industrializados?”. Conforme a Figura 1 é possível observar que 64 das 74 pessoas tem como principal canal de informação sobre alimentos industrializados a internet, reforçando a importância e a necessidade de criar conteúdo confiável que possa circular pela rede. Outra importante resposta foi para a questão “Em que grupos estão suas maiores dúvidas e/ou curiosidades sobre alimentos industrializados?”, em que 52 pessoas possuem dúvidas e/ou curiosidades sobre “aditivos alimentares”, 39 pessoas apresentam dúvidas e/ou curiosidades sobre alimentos seguros e 29 pessoas tem dúvidas e/ou curiosidades sobre carnes e derivados e sobre restrições alimentares/saúde.

Investigando individualmente as respostas discursivas, foi observado que entre as pessoas que citaram “aditivos alimentares”, a maioria tem dúvidas e/ou curiosidades sobre “conservantes”. Assim, o tema “conservantes alimentícios” foi identificado como o assunto de maior interesse do público até o momento. Desta forma, o texto técnico, o texto simplificado, o roteiro e o vídeo abordaram os principais conservantes alimentícios utilizados atualmente (ácido sórbico e seus sais, ácido benzóico e seus sais, dióxido de enxofre e sulfitos), seus mecanismos de ação sobre os microrganismos, alimentos em que são mais utilizados e seus limites de aplicação, ingestão diária segura e sua influência sobre a saúde.

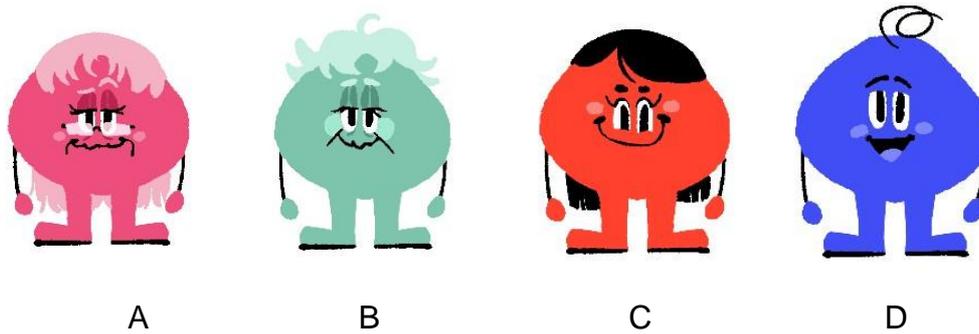
Figura 1 - Principais canais de informações sobre alimentos industrializados



Foi possível agrupar as respostas da Figura 1 em 4 grupos abrangentes, como: as informações de profissionais (rótulo do produto, livros, Podcast, nutricionista e agrônomo) (total de 66 pessoas); os meios de comunicação tradicionais, especializados ou não (jornais, televisão, revistas, rádio) (total de 51 pessoas); as redes sociais (Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok e Twitter) (total de 50 pessoas) e a internet (internet e YouTube) (total de 83 pessoas). Destaca-se o amplo acesso a informações através da internet, que pode facilitar a disseminação de informações equivocadas sobre alimentos industrializados e hábitos alimentares.

Diante das respostas referentes às fontes de informação e assunto de maior interesse, foi realizada a revisão científica, o texto para popularização das informações técnicas e o roteiro do vídeo. Durante a elaboração do roteiro, quatro personagens foram criados: duas senhoras, chamadas Gorete e Maria José, e outros dois personagens com os nomes dos discentes pertencentes ao grupo de pesquisa (Sarah, estudante de Engenharia de alimentos e Adriano, estudante de Química). Foram também definidas as dublagens: as personagens Gorete e Maria José foram dubladas pelas professoras Márcia e Vânia, enquanto Sarah e Adriano foram dublados pelos discentes homônimos. A situação escolhida foi um encontro no supermercado, onde as senhoras tirariam suas dúvidas com os estudantes. O cenário é realista enquanto os personagens são animações cartoon 2D. Para isso, o texto em linguagem acessível foi convertido em um diálogo, visando uma interação mais leve e dinâmica entre os personagens, dando origem ao vídeo “Conservantes”. Além da estrutura do conteúdo, o tempo de vídeo também foi limitado a aproximadamente 8 minutos, considerando o tempo máximo de atenção dos expectadores em vídeos do YouTube. Os avatares são apresentados na Figura 2.

Figura 2 - Avatares dos personagens: A- Gorete; B- Maria José; C- Sarah; D- Adriano



4. CONCLUSÕES

Foi possível constatar que o público-alvo tem como principal canal de informação sobre alimentos industrializados a internet (internet+YouTube). Com relação ao assunto em que o público possui mais dúvidas e/ou curiosidades sobre alimentos industrializados está em primeiro lugar os “aditivos alimentares”, mais especificamente os “conservantes”. O vídeo de 8 minutos sobre “conservantes” produzido em linguagem acessível e divertida é um material com potencial de alcançar um grande número de pessoas através do YouTube, eventos e outros meios de comunicação já consolidados.

Na continuidade desse projeto serão produzidos mais vídeos sobre o tema “conservantes”, assim como para os demais temas elencados pelos respondentes da pesquisa, no formato adequado para divulgação nas redes sociais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARENGA, M.; FIGUEIREDO, M.; TIMERMAN, F.; ANTONACCIO, C. **Nutrição Comportamental**. São Paulo: Manole, 2015.

COSTA, M. L.; ARAÚJO, D. F. S.; CASSIANO, M. H.; FIGUEIRÊDO, H. A. O.; OLIVEIRA, V. T. L.; BARBOSA, I. R. B.; SILVA, F. H. V. C. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. **Brazilian Journal of Health Review**. Curitiba, v. 2, n. 6, p. 5898-5914, 2019.

SANTIVERI, N. Producción de un videoclip en ciencias de la educación. In: PEREIRA, J. (Org.). **Produção de Vídeos nas Escolas: Uma visão Brasil - Itália - Espanha - Equador**. Pelotas: ERD Filmes, 2014. Cap. 1, p. 11-18.

ECONOMIA SOLIDÁRIA E DESIGN: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PAPEL DA COMUNICAÇÃO SOCIAL EM PROJETOS DE ECONOMIA ALTERNATIVA

VITÓRIA ALVES E ALVES¹; RENATO FABRÍCIO DE ANDRADE WALDEMARIN²;

¹Universidade Federal de Pelotas – vitoria.alves@ufpel.edu.br

³Universidade Federal de Pelotas - waldemarin@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente espaço se trata do relato de um estudo de caso referente à construção do setor de comunicação do projeto de extensão do Tecsol. O Tecsol, sigla para Núcleo Interdisciplinar de Tecnologias Sociais e Economia Solidária, é uma incubadora de empreendimentos de economia solidária da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), que trabalha atendendo demandas de empreendimentos econômicos solidários com o objetivo de emancipar os trabalhadores na construção de uma nova alternativa de economia.

A economia solidária, conceito central para o projeto de extensão já mencionado e para esse estudo de caso, é uma forma alternativa de economia, focada na equidade e solidariedade. É um sistema onde não há patrões nem empregados e que tem como objetivo a emancipação do trabalhador através de práticas auto sustentáveis, comercialmente justas, socialmente responsáveis e em harmonia com a natureza.

A Economia Solidária é, pois, um modo de organizar a produção, distribuição e consumo, que tem por base a igualdade de direitos e responsabilidades de todos os participantes dos empreendimentos econômicos solidários. Os meios de produção de cada empreendimento e os bens e/ou serviços neles produzidos são de controle, gestão e propriedade coletiva dos participantes do empreendimento. Igualmente, há associações, cooperativas e grupos informais de consumidores, pequenos produtores ou prestadores de serviços, individuais ou familiares, que trabalham em separado (cada qual em seu estabelecimento), mas realizam em comum a compra de seus insumos, a comercialização de seus produtos ou o processamento dos mesmos. (GAIGER; FERRARINI; VERONESE, 2017)

Para embasamento do projeto e do trabalho feito enquanto bolsista de extensão do Tecsol, foram consultados autores da área da comunicação e do design que ressaltam o trabalho do designer como comunicador social e a importância do seu trabalho para a construção de projetos sociais.

O presente resumo também apresentará o que foi produzido até o momento, tanto para o núcleo de comunicação do Tecsol, quanto para os empreendimentos solidários incubados ou pós-incubados.

2. METODOLOGIA

Para o referencial teórico, se usa como argumento o livro *“The Debate: the legendary contest of two giants of graphic design”* (2015) de Rick Poynor, onde Van Toorn defende a ideia que o designer não é uma figura anônima entre a mensagem e o público, mas sim, o “link subjetivo” entre esses dois elementos (nesse caso, o designer é também um agente social que deve ter consciência de seu lugar como manipulador da informação). Também trabalhou sob os conceitos da economia solidária como citados por Paul Singer (2002).

Baseado nessa ideia da importância do designer para a comunicação social, o Tecsol - Núcleo Interdisciplinar de Tecnologias Sociais e Economia Solidária - abriu, em janeiro de 2023, uma seleção para bolsista com o objetivo de trazer alguém da área. O objetivo era que o aluno selecionado ajudasse na construção da área da comunicação e que produzisse peças para a divulgação do projeto e dos empreendimentos econômicos solidários (EES) participantes da incubadora.

As ações de comunicação do TECSOL sempre foram realizadas, envolvendo divulgação de empreendimentos, eventos, editais de seleção de bolsistas e de empreendimentos, banners, cartazes entre outros. Durante o período da pandemia observou-se a necessidade de que essa comunicação ocorresse de forma mais orgânica através da criação de um GT (grupo de trabalho) interno voltado a esse tema.

Cabe destacar que o TECSOL tem uma composição transdisciplinar contando com a colaboração de docentes de diversas áreas, nenhuma das quais relacionada à comunicação. Dessa forma, foi planejada para o ano de 2023 a seleção de um(a) estudante para ajudar no processo de implantação do GT, também contemplada com uma bolsa de extensão obtida via emenda parlamentar. A seleção ocorreu no início de 2023, sendo a aluna contemplada pertencente à área de Design.

Após o processo de seleção, a estudante passou por um ciclo de formação em economia solidária executado pelos docentes do próprio TECSOL e imediatamente iniciou o trabalho em ações que já estavam embrionárias dentro do projeto e outras demandas que surgiram ao longo do ano.

Um primeiro grupo, formado por três professores, dois do TECSOL e um do NESOL (incubadora de economia solidária do IFSUL - Instituto Federal do Rio Grande do Sul - Campus Pelotas) e a bolsista de design foi formado para discutir as primeiras demandas dos grupos atendidos pelas incubadoras. O diálogo é parte importante em qualquer etapa dos processos de construção da economia solidária. Dentro dos princípios da economia solidária está a autogestão, a qual implica em comunicação franca e aberta entre todos os participantes, de forma horizontal, com igual poder de decisão. Esses princípios foram essenciais e presentes em todas as etapas de criação e desenvolvimento dos trabalhos.

A criação de material de divulgação foi realizada em parceria com docentes do IFSUL, via NESOL, uma incubadora de empreendimentos solidários daquela instituição, posto que os referidos empreendimentos são incubados pelo TECSOL mas uma das suas principais feiras ocorre no espaço do IFSUL. As demais ações foram frutos dos processos de planejamento do TECSOL ou dos empreendimentos econômicos solidários, os quais ocorreram no ano de 2022. A comunicação com os EES é parte essencial do processo de incubação, sendo que as metas, processos e produtos são sempre definidos em parceria com estes, bem como as prioridades de ação, conforme se verá adiante. O trabalho todo é permeado pelos conceitos da economia solidária, mencionados a seguir por Paul Singer (2002):

A solidariedade na economia só pode se realizar se ela for organizada igualitariamente pelos que se associam para produzir, comerciar, consumir ou poupar. A chave dessa proposta é a associação entre iguais em vez do contrato entre desiguais. Na cooperativa de produção, protótipo de empresa solidária, todos os sócios têm a mesma parcela do capital e, por decorrência, o mesmo direito de voto em todas as decisões. Este é o seu princípio básico. Se a cooperativa precisa de diretores, estes são eleitos por todos os sócios e são responsáveis perante eles. Ninguém manda em ninguém. E não há competição entre os sócios: se a cooperativa progredir, acumular capital, todos ganham por

igual. (...) Se ela for mal, acumular dívidas, todos participam por igual nos prejuízos e nos esforços para saldar os débitos assumidos. (SINGER, 2002)

Durante o período de trabalho, o TECSOL recebeu um grupo de estudantes de jornalismo da UFPel para a realização de 4 meses de assessoria de imprensa, os quais participaram temporariamente do GT de comunicação que ora se implantou.

As atividades desenvolvidas pela bolsista de Design foram: criação de material de divulgação do que é economia solidária e de feiras já estabelecidas de empreendimentos de economia solidária incubados; discussão de implantação do GT, projeto de comunicação longitudinal do TECSOL com a comunidade universitária; projeto de divulgação dos empreendimentos e relação com assessoria de jornalismo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Embora não exista um manual elaborado de identidade visual, nem do TECSOL, nem da ABdT, já existiam logos e cores bem estabelecidos que continuaram sendo utilizados durante o desenvolvimento dos projetos.

O processo de produção dos banners, embora já em andamento há um ano, não tinha sido fechado por falta de um profissional do designer. Muitos elementos já foram aproveitados de decisões anteriores, mas a presença dos elementos do design aceleraram o processo e modificaram as características para melhor aproveitamento de espaço e maior clareza das informações.

Outra ação do grupo de comunicação foi a elaboração de um formulário para avaliação de possibilidades de divulgação e captação de possíveis parcerias com projetos de extensão dentro da Universidade. O objetivo é de aproximar de projetos com forte cunho social. O formulário também tem o objetivo também de divulgar a Associação Bem da Terra, rede de economia solidária que promove. É importante também observar que após o processo de planejamento de um dos empreendimentos incubados foi solicitada pelo empreendimento pós-incubação na área de comunicação. Essa pós incubação foi iniciada, porém no decorrer da mesma, em função de força de trabalho reduzida no TECSOL, o empreendimento discutiu com a incubadora a necessidade de que o trabalho do TECSOL fosse direcionado para outra necessidade mais urgente do grupo. Essa postura é exemplificadora de como o processo de incubação na economia solidária envolve o grupo incubado, respeitando suas decisões e suas necessidades e preparando o grupo para a fase de desincubação. Espera-se no futuro que o núcleo possa contar sempre com docentes, técnicos e/ou estudantes da área de comunicação para continuidade desses processos de facilitação da comunicação.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se que o trabalho de comunicação nas incubações de empreendimentos solidários e na divulgação da economia solidária é vital e necessita ser cada vez mais cuidado nos processos. Ainda não é um movimento fechado e encerrado, sendo que muitas colaborações ainda estão sendo estudadas e produzidas para diversos setores do projeto e das incubadoras. Muito dos resultados das ações de divulgação só serão percebidos a médio-longo prazo, mas já possível perceber mudanças, como o aumento do número de seguidores da página do Instagram e maior participação dos participantes das

incubações nas ações, como observado pela demanda do uso dos banners de divulgação em feiras e eventos da Associação Bem da Terra.

Conclui-se também que a participação de estudantes desta área na incubadora têm favorecido o desenvolvimento e a efetividade das ações, além de colaborar com o processo de formação dos bolsistas, não apenas em suas futuras áreas de atuação, mas também exercendo seus papéis de cidadãos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CROUWEL, Wim; VAN TOORN, Jan. The Debate: The Legendary Contest of Two Giants of Graphic Design. Primeira. ed. United States of America: THE MONACELLI PRESS, 2015. 173 p.

SINGER, Paul. Introdução à Economia Solidária. 1. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002. 127 p.

GAIGER, Luiz Inácio; FERRARINI, Adriane; VERONESE, Marília. O Conceito de Empreendimento Econômico Solidário: Por uma Abordagem Gradualista. Dados: Revista de Ciências Sociais, 2017. Disponível em <https://www.scielo.br/j/dados/a/FWzKTpw4px5zHBD6GbCtkvF/?lang=pt#>.

REVISTA PIXO: CONEXÕES E PRODUÇÃO ACADÊMICA DOS INTERIORES DO BRASIL

EDUARDO DA SILVA E SILVA¹; GABRIELA DROPPA TRENTIN²;
PAULA PEDREIRA DEL FIOLE³; EDUARDO ROCHA⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – duardsv@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – gd.trentin@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – delfiolpaula@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – amigodudu@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A PIXO – Revista de Arquitetura, cidade e Contemporaneidade (<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/pixo/index>) é uma revista digital tridimensional sediada na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pelotas. Iniciada em 2017, a revista surgiu como iniciativa dos Grupos de Pesquisa CNPq Cidade+Contemporaneidade (PROGRAU/UFPEL) e Arquitetura, Derrida e Interconexões (PROPAR/UFRGS). A revista tem como objetivo a seleção de artigos, ensaios, entrevistas e resenhas, redigidos em português, inglês ou espanhol, em números temáticos, e com uma abordagem multidisciplinar.

Hoje, com 25 edições e cerca de 500 artigos e ensaios publicados, a revista se mantém como instrumento de manifestação, destacando arquitetos, urbanistas, educadores, escritores e artistas independente do seu nível de formação. Resistindo sobre a indústria produtivista dos periódicos, partindo da finalidade de possibilitar múltiplas vozes e diferentes olhares sobre as temáticas. Atualmente a revista tem classificação CAPES QUALIS-periódicos B1 (2017-2020), resultando da periodicidade da revista, que desde de 2017 consegue publicar quatro edições por ano e pela diversidade de autores e instituições que estão relacionados pela multidisciplinaridade. Temáticas com o propósito de visibilizar assuntos como, a produção das cidades, conflitos urbanos, desigualdades sociais, diferentes manifestações e intervenções, mudanças tecnológicas e experimentações no espaço urbano cotidiano.

Este resumo tem como objetivo a análise da descentralização de publicações do periódico, uma vez que a Revista PIXO, sendo uma revista inteiramente digital, possibilitou uma ampla rede de conexão através das redes sociais, fazendo com que seu público variado se ampliasse ainda mais, até chegar em camadas muitas vezes foram negligenciadas pela academia, pela mídia e pelas políticas públicas no Brasil. Dessa forma, os estudos urbanos priorizavam pesquisas e publicações que se concentravam principalmente na análise da escala metropolitana, especialmente a partir da compreensão das metrópoles, por uma centralidade acadêmica localizada na região sudeste Brasil, em detrimento dos interiores.

2. METODOLOGIA

De acordo com as reflexões de Candello (2006), compreendemos que os avanços nas tecnologias da informação abriam novas perspectivas para a representação e construção do conhecimento, exercendo um profundo impacto na evolução, estruturação e apreciação da informação. Nesse contexto, as redes sociais emergem como ferramentas primordiais, estendendo seu alcance de

forma inestimável. Elas possibilitam à revista ampliar sua audiência e, ao mesmo tempo, explorar novas oportunidades de colaboração e discussão em torno dos tópicos abordados.

Com o objetivo de aprimorar a comunicação da revista com seu público, empreendemos esforços no sentido de coletar dados acerca do alcance das páginas da revista, utilizando a plataforma gratuita Meta Business Suite. Essa ferramenta nos permite gerenciar os perfis da revista em plataformas como Instagram e Facebook. Através dessa plataforma, conseguimos acessar tabelas de desempenho do perfil, o que facilita nossa análise dos dados relacionados às principais cidades onde o conteúdo da revista é consumido, a faixa etária e gênero do público, bem como o público potencial (Fig.1).

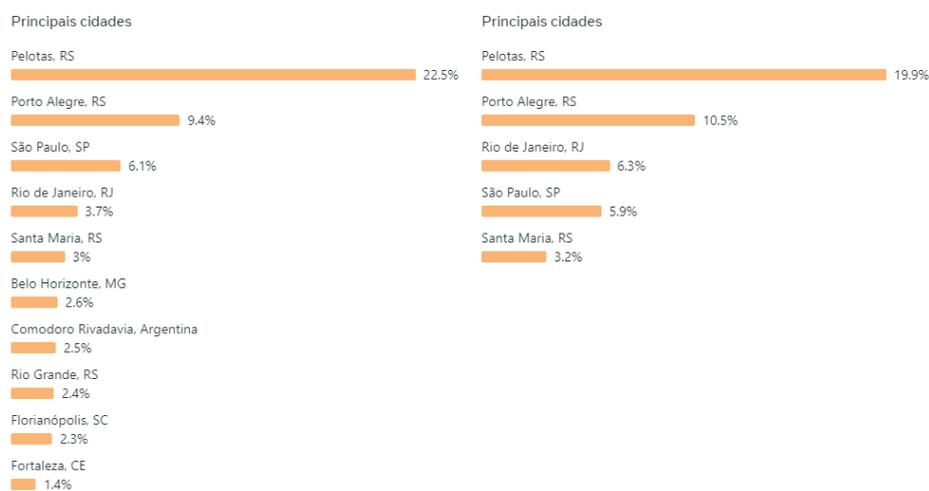


Figura 1: Gráfico sobre as principais cidades que acessaram as páginas da revista durante o período de Janeiro a agosto de 2023. Fonte: <https://business.facebook.com/revistapixo>.

Com base nas informações coletadas sobre o comportamento da página, reestruturamos o conteúdo das publicações, seguindo os seguintes critérios: 1) Publicação de artigos, resenhas, ensaios e entrevistas mais recentes, 2) Chamadas para submissão de artigos, resenhas, ensaios e entrevistas, 3) Divulgação de projetos de pesquisa e extensão, 4) Revisitação de conteúdo previamente publicado na revista que seja relevante para o cenário atual. Simultaneamente, estabelecemos os dias de publicação com base nos períodos em que a página registra um maior volume de interações ao longo da semana.

Em paralelo a isso, a Revista PIXO tomou a decisão de dar voz aos autores das obras, por meio da criação do evento "Editor@s+Autor@s Encontros". O propósito deste evento é fomentar debates e promover a disseminação de escritos e pesquisas submetidos em cada novo volume da revista. Esses encontros são cuidadosamente planejados para acontecerem logo após a publicação mais recente, desempenhando também o papel de um lançamento especial. As atividades de extensão associadas a esses eventos são coordenadas pela equipe da própria revista, composta por professores, doutores, mestrandos e graduandos. A promoção do evento é feita por meio de banners

digitais amplamente divulgados nas redes sociais e no site da universidade, fornecendo todas as informações necessárias para que o público possa participar.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Desde o início do evento "Editor@s+Autor@s Encontros", foram realizados sete encontros. O primeiro deles ocorreu em 24 de novembro de 2021, com o tema "Pequenas Cidades: múltiplas abordagens sobre esses ambientes e experiências em espaços menores". O objetivo era estimular diversas perspectivas sobre pequenas cidades e localidades, abordando intervenções e ocupações nesses ambientes de menor escala, com narrativas que dialogassem com disciplinas como artes, filosofia, geografia e campos afins. Posteriormente os encontros, que eram gravados, foram adicionados no canal do Youtube da revista (<https://www.youtube.com/@revistapixo9527>), criando um acervo online com todos os diálogos disponibilizados para o público, que também possibilita dar mais voz aos autores.

Com o gerenciamento ativo das redes sociais da revista, observamos um crescimento no alcance de público, acreditamos que as frequentes publicações possibilitaram a revista se manter em evidência por longos períodos, o que resultou em um maior número de interações, compartilhamentos e visualizações (Fig. 2).

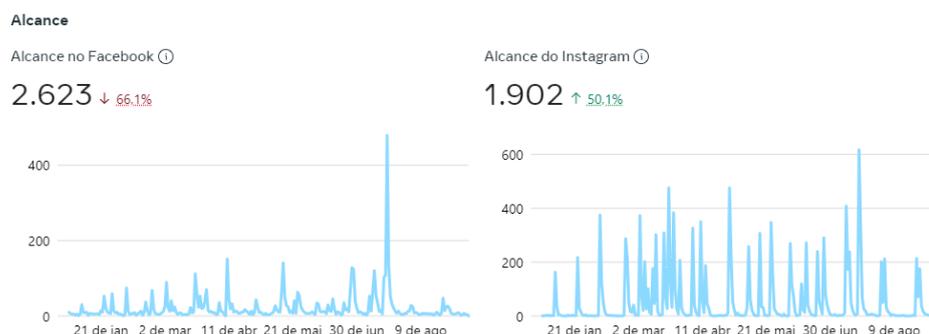


Figura 2: Gráfico sobre o alcance de público das páginas durante o período de Janeiro a agosto de 2023. Fonte: <https://business.facebook.com/revistapixo>.

As atividades de extensão da Revista PIXO permitiram uma troca de experiências que transcendem fronteiras, utilizando a tecnologia para promover o que a revista valoriza em todos os seus volumes: abordar diálogos e discussões que estimulam a pesquisa e o conhecimento para além dos limites da academia. Conscientes, ao mesmo tempo, de que;

A relação da universidade com a comunidade se fortalece pela Extensão Universitária, ao proporcionar diálogo entre as partes e a possibilidade de desenvolver ações sócio-educativas que priorizam a superação das condições de desigualdade e exclusão ainda existentes. E, na medida em que socializa e disponibiliza seu conhecimento, tem a oportunidade de exercer e efetivar o compromisso com a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos (ROCHA 2007, p. 27).

É notório que todas essas atividades possibilitaram a revista ampliar o seu público, o que conseqüentemente ampliou temáticas que a revista já abraçava, recrutando artistas e pesquisadores das regiões mais distintas, em particular,

idades interioranas brasileiras. O estado que mais lidera publicações relacionadas a pequenas cidades é o Rio Grande do Sul, estado base da revista e consequentemente o maior público da sua rede de conexões e parcerias, em sequência temos os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. As principais temáticas submetidas nos volumes da revista relacionada às pequenas cidades, abordam temas como preservação cultural e patrimonial, empoderamento das comunidades locais, educação e desenvolvimento, história e cultura, saúde comunitária, turismo e hospitalidade, entre outros.

4. CONCLUSÕES

A revista PIXO tem adquirido valiosos conhecimentos e experiências enriquecedoras que contribuem significativamente para o desenvolvimento acadêmico, bem como para a formulação de estratégias eficazes de comunicação e divulgação científica. As ferramentas virtuais desempenham um papel fundamental na transformação de como a extensão é realizada, possibilitando uma ampliação e uma aproximação mais eficaz com as comunidades através das redes sociais, e é notório que ela desempenha um papel crucial para acessibilidade e conhecimento da produção de cidades menores. Muitas pequenas cidades, do interior do Brasil, têm heranças culturais e históricas únicas, e as pesquisas acadêmicas podem ajudar a entender esses aspectos e promover a preservação de tradições, costumes e patrimônios.

Outro ponto de grande destaque é a promoção de estudos multidisciplinares, os estudos dessas pequenas cidades envolvem uma variedade de campos, como sociologia, economia, antropologia, urbanismo e meio ambiente, adicionando uma perspectiva única à pesquisa e ao debate acadêmico. Isso pode levar a avanços teóricos e metodológicos que também beneficiam outras áreas de estudo. Para Brandão (2019), esses estudos possibilitam compreender as transformações que vem acontecendo no Brasil, as quais geraram novas dinâmicas nos papéis desempenhados pelas cidades médias e pequenas na esfera intra urbana, e, sobretudo, na escala urbano-regional.

Com isso, a revista seguirá ampliando e aprimorando sua conexão com o público, contribuindo para o conhecimento e desenvolvimento em campos multidisciplinares, e principalmente, ressaltando a essência da extensão: a troca de experiências entre as instituições e a comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro. **Cidades médias e pequenas: reflexões sobre dinâmicas espaciais contemporâneas**. Curitiba: Editora Appris, 2019. 300p.

CANDELLO, Heloisa Caroline de Souza Pereira Candello. **A semiótica das revistas digitais**. Campinas, 2006. 100f. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Programa de Pós-graduação Multimeios, UNICAMP, 2006.

ROCHA, Leliane Aparecida Castro. **Projetos Interdisciplinares de Extensão Universitária: ações transformadoras**, Mogi das Cruzes: UBC, 2007. Dissertação (mestrado) Universidade Braz Cubas.

A EDUCOMUNICAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE PODCASTS VISANDO A PARCERIA ENTRE UNIVERSIDADE, ESCOLAS E INSTITUIÇÕES

RENAN FERREIRA¹; MARISLEI RIBEIRO²; MICHELE NEGRINI³

¹Universidade Federal de Pelotas – renanbfrr@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

³Universidade Federal de Pelotas - mmnegrini@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

A “Produção de podcasts visando a Educomunicação” é a perspectiva de um projeto de extensão que teve início em 2020 no âmbito do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Essa iniciativa desafia os alunos a conceber produções de podcasts abordando uma ampla gama de tópicos centrados nas esferas da educação, comunicação, trabalho, saúde, cultura, questões sociais e políticas. Essencialmente, o projeto opera em colaboração com outras instituições de ensino, como a Escola Sesi Pelotas, cursos da Universidade Federal de Pelotas e o Pelotas Parque Tecnológico, unindo comunicação e educação em suas ações.

Diante das adaptações impostas pelas autoridades de saúde em resposta à pandemia de Covid-19, o projeto, como todas as atividades acadêmicas da UFPEL e da instituição parceira, precisou se adaptar à nova realidade social. Isso resultou em alternativas para dar continuidade às produções do projeto, que teve início em 2020 durante o período pandêmico. Após esta fase que passamos enquanto projeto, chegou a hora de retomar as produções como elas devem ser, presencialmente e com nossos convidados, portanto, neste trabalho, vamos apresentar como foi a retomada das produções presenciais e como as escolas e instituições participaram deste momento de transição, cedendo alunos, professores e sua estrutura para as atividades do projeto.

O projeto é responsável pela criação do podcast "Educomunicação em Foco", que se concentra, principalmente, na produção de episódios pelos alunos do curso de Jornalismo. Além da produção dos alunos do curso, o projeto mantém ativas parcerias com escolas de ensino médio e outros cursos da Universidade Federal de Pelotas, como a Escola Sesi, o curso de Administração da UFPEL juntamente com o Centro de Ciências Sócio-Organizacionais, o Pelotas Parque Tecnológico e o curso de Arquitetura e Urbanismo.

A Educomunicação é uma área de conhecimento transdisciplinar e interdiscursiva (MARQUES, BORGES, 2016), abrangendo as áreas da educação e da comunicação, sendo uma forma participativa, dialógica e crítica que auxilia no desenvolvimento de uma comunidade. Assim, a educomunicação é o conceito que une a análise dos sistemas de comunicação em contextos educacionais, e a partir dessa sinergia, o projeto concentra seus esforços na criação de podcasts. Além disso, é importante destacar que o podcast é um meio de comunicação digital que tem ganhado considerável popularidade no Brasil nos últimos anos, especialmente durante o período de isolamento provocado pela pandemia¹, quando as pessoas buscavam alternativas de entretenimento e novas formas de acessar informações de destaque.

Assim, foi escolhido como meio de comunicação para ser desenvolvido no projeto, pois a utilização do podcast no formato educacional pode resultar em diversas vantagens para a educação na aprendizagem coletiva (JUNIOR; COUTINHO, 2007).

2. METODOLOGIA

A metodologia empregada nas atividades do projeto de extensão é baseada no método descritivo (GIL, 2017). A pesquisa tem como objetivo apresentar o propósito de coletar as opiniões de um grupo específico, bem como suas atitudes e crenças, utilizando técnicas padronizadas. Neste contexto, as técnicas padronizadas, conforme definidas pelo método descritivo, referem-se à criação dos episódios dos podcasts no âmbito do projeto "Produção de podcasts visando a Educomunicação".

A organização das atividades do projeto envolveu a realização de reuniões de pauta semanais, ocorrendo através da plataforma de videoconferências da UFPel. Durante essas reuniões, foram tomadas decisões relacionadas à escolha dos temas dos episódios, ao cronograma de publicações, às fontes de informação a serem consultadas, à alocação de equipes e ao acompanhamento das produções.

Cada etapa do processo, desde a seleção dos temas, elaboração das atividades, definição do cronograma, condução de entrevistas, revisão dos roteiros até as gravações, foi supervisionada pelas professoras responsáveis pelo projeto. Após a conclusão da apuração da pauta, os roteiros de todo o processo de criação dos episódios foram elaborados e submetidos à aprovação das professoras. Com a revisão e aprovação desses roteiros, os membros do projeto gravaram suas locuções utilizando os gravadores de seus celulares, e a edição do conteúdo foi realizada no programa de edição de áudio, **Adobe Premiere**.

A metodologia de trabalho pode ser variável de acordo com os participantes atendidos, analisando desde seu perfil socioeconômico, os horários escolares e também a matriz curricular que está sendo desenvolvida com cada turma. As produções podem ocorrer de forma remota, para alunos que têm meios de produzir com qualidade, e para os alunos que não possuem, disponibilizamos o espaço do nosso estúdio integrado no campus anglo da UFPel. Os episódios podem variar de 17 a 25 minutos e estão sempre ligados à matriz curricular dos alunos participantes. Os alunos fazem sua pesquisa, a produção de roteiro, locução e entrevistas, sempre com temas que dialoguem com o interesse dos parceiros e buscando ao máximo ser interativo com a parte pedagógica e interdisciplinar.

Após todas as etapas anteriores concluídas, o episódio produzido vai ao ar pela plataforma Spotify² e também é feita a divulgação pelo perfil oficial do projeto no Instagram³.

¹ Segundo pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Podcasters (AbPod), entre 2020 e 2021, foi constatado a estimativa de até 34,6 milhões de ouvintes de podcasts apenas no Brasil.

Fonte:

<https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultado-ATUALIZADO.pdf>.

² Confira o perfil com todos os episódios do Educomunicação em Foco no Spotify em: <https://spotify.link/TXKtt09R2Cb>

³ Confira o perfil do projeto onde é feita a divulgação dos episódios em: <https://instagram.com/educunicofoco?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados do projeto são muito satisfatórios, pois proporcionam a prática acadêmica para os alunos assim como agrega currículo tanto para os mesmos, quanto para instituição que representam. Como principal resultado, podemos destacar os episódios em série, produzidos pelos alunos do segundo ano da escola Sesi Pelotas, sobre Machado de Assis. O tema era um dos componentes curriculares de avaliação da turma, e a parceria com o podcast, foi utilizada para ter uma avaliação diferente, com a produção e edição dos episódios sobre os temas trabalhados em aula. Segundo Lopes e Miani (2015), a inter-relação entre mídia-educação é constituída como a norteadora do processo de recepção, cuja esfera e discussão são permanentes, visto que se refere à formação cidadã dos sujeitos envolvidos.

Além disso, discutir a educação durante o período de convergência midiática adquire relevância significativa como um meio de combater a desinformação. Isso ocorre porque a integração entre instituições de ensino primário e superior pode desempenhar um papel fundamental na promoção da formação de jovens mais críticos em relação ao consumo de conteúdos midiáticos.

É prematuro afirmar se este método pode ser considerado uma substituição viável para os métodos tradicionais de ensino empregados nas instituições escolares. Contudo, os resultados apresentados são favoráveis, sugerindo que os estudantes podem se beneficiar significativamente com a adoção desse novo modelo.

4. CONCLUSÕES

A adesão a este método tem contribuído significativamente para tornar a fase de aprendizado, estudo e aplicação mais integrada e fluida para a maioria dos estudantes. Quando se considera esta abordagem como uma inovação educacional, é importante observar que o sucesso foi alcançado ao disseminá-la para um público mais amplo. A educomunicação, enquanto disciplina, está intrinsecamente ligada a duas das características fundamentais do ser humano, a saber, o aprendizado e a comunicação, e demonstrou sua eficácia em diversos contextos e áreas.

Sendo assim, o projeto de extensão intitulado "A Educomunicação no Desenvolvimento de Podcasts" reforça que a possibilidade de integrar educação com comunicação torna-se um poderoso instrumento socioeducativo. Possibilita o exercício da cidadania aos jovens e a participação integral de qualquer cidadão nas pautas sociais, conforme Peruzzo (1999), a participação na comunicação é um mecanismo facilitador da ampliação da cidadania.

O indivíduo inserido nesse processo tende a mudar o seu modo de ver o mundo e de relacionar-se com ele. Tanto os estudantes de graduação em Jornalismo da UFPEl quanto os estudantes do ensino médio do Sesi Pelotas, com o apoio das professoras coordenadoras, conseguiram trabalhar de maneira harmoniosa em equipe para abordar temas relevantes e contemporâneos durante o período de atividades. Esse esforço conjunto resultou de forma positiva na promoção da interdisciplinaridade entre a educação e a comunicação.

O esforço empreendido decorreu na identificação de conceitos e práticas que a educomunicação, em sua essência mais genuína, aspira a disseminar amplamente.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, A. C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2017.

JUNIOR, J. B.; COUTINHO, C. P. (2007). Podcast em Educação: um contributo para o estado da arte. In Barca, A.; Peralbo, M.; Porto, A.; Silva, B.D. & Almeida L. (Eds.), Actas do IX Congresso Internacional Galego Português de Psicopedagogia. A Coruña: Universidade da Coruña. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7094/1/pod.pdf>>. Acesso em: 10 de set. 2023.

LOPES, M.F; MIANI, R.A. Mídia-Educação e Histórias em Quadrinhos – Uma proposta de Alfabetização Crítica e Criativa na Linguagem das HQ com Estudantes de 5 Ano. In: PERUZZO, C.M. Comunicação Popular, comunitária e alternativa no Brasil. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2015.

MARQUES, C. P.; BORGES, J. J. de S. Educomunicação: origens e conexões de uma nova área de conhecimento. Anais III CONEDU, Realize Editora, Campina Grande, 2016. Disponível em:<<https://www.editorarealize.com.br/artigo/visualizar/19598>>. Acesso em: 12 set. 2023.

PERUZZO, C, M, K. (ORG). Comunicação popular, comunitária e alternativa no Brasil. Sinais de resistência e de construção da cidadania. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2015.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação comunitária e educação para a cidadania. Comunicação & Informação, v. 2, n. 2, p. 205-228, 1999. DOI: 10.5216/c&i.v2i2.22855 Acesso em: 13 set. 2023.

INCLUSÃO DIGITAL DE IDOSOS: NAVEGAÇÃO FACILITADA OU PERCEPÇÃO SUBJETIVA DE INCAPACIDADE?

MARIA VIANNA TEREZI¹; BEATRIZ RODRIGUES VARGAS²; MATEUS SCHMECKEL MOTA³; GIOVANA DUZZO GAMARO⁴; ADRIANA SCHÜLER CAVALLI⁵

¹Universidade Federal de Pelotas – mariavterenzi@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas - beatrizedfisica17@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas - mateusmota.ufpel@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas - giovana.gamaro@ufpel.edu.br

⁵Universidade Federal de Pelotas – adriscavalli@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O cenário tecnológico mundial está avançando de forma acelerada, trazendo diversos benefícios, mas também muitos desafios, principalmente, quando a inclusão digital é colocada em pauta. A conexão com as pessoas vêm se transformando nos últimos anos e tem sido dada não somente na forma presencial mas passando para a forma digital principalmente ao se tratar do acesso à informação, educação e também a comunicação com serviços essenciais (VALE et al. , 2022).

Durante a pandemia do COVID-19, a migração de atividades presenciais para digitais foi extrema, já que era imperativo manter o isolamento social. As instituições de saúde e bancárias são exemplos de serviços essenciais que procuraram levar as atividades para o digital para simplificar e agilizar processos. Mas é preciso refletir sobre questões da inclusão digital que surgiram nesse momento delicado da pandemia e tem se prolongado nos dias de hoje, especialmente em relação à pessoa idosa. Sendo imprescindível a adesão a tecnologia, muitos desafios surgiram revelando a necessidade de pautar a inclusão digital para a população idosa (SOUZA et al. , 2022).

As interfaces complexas e a percepção de incapacidade são alguns dos obstáculos encontrados pelos idosos, podendo levá-los à exclusão e vulnerabilidade digital, o que impacta diretamente na qualidade de vida e na socialização dessa população, limitando o acesso aos serviços, familiares e amigos reforçando a importância de interfaces digitais intuitivas e projetadas levando em consideração também as necessidades dos idosos (BANHATO et al. , 2007).

No caso específico do Design digital, o User Experience Design (UX Design) tem como objetivo criar interações digitais eficientes, intuitivas e satisfatórias para os usuários. Para tanto é preciso entender as necessidades, expectativas e o comportamento do usuário na criação de produtos e serviços. A partir de fluxos do usuário, testes e protótipos é esperado que as interações sejam prazerosas, favorecendo a usabilidade e a acessibilidade (VECHIATO; VIDOTTI, 2012).

Em contrapartida, o User Interface Design (UI Design) foca em aspectos visuais e estéticos da interação entre os usuários e os produtos digitais. Complementa o UX Design garantindo que a interface além de funcional seja também atrativa aos usuários, com atenção ao feedback visual, legibilidade e consistência, tornando imprescindível a colaboração entre essas duas vertentes do design para que o produto atenda os requisitos do usuário e do produto.

A Universidade Aberta Para Idosos - UNAPI é um Programa Estratégico da UFPel que desenvolveu diferentes atividades para os idosos antes, durante e depois da pandemia e entende que os idosos estão cada vez mais engajados nas mídias digitais (CAVALLI et al., 2022). Para melhor atender os idosos, tanto na divulgação de temas relevantes ao envelhecimento humano e das próprias atividades da UNAPI, foi adotado duas mídias sociais: o Instagram e o Facebook.

É importante mencionar que no Estatuto da Pessoa Idosa, Artigo 21, a interação do idoso com a tecnologia auxilia e favorece a autonomia, já que em um mundo digitalizado, o uso de ferramentas digitais tem sido parte do cotidiano dos idosos. Nesse sentido, reza o art. 21, §1º do Estatuto do Idoso, Lei nº 10.741-03 que “Os cursos especiais para idosos incluirão conteúdo relativo às técnicas de comunicação, computação e demais avanços tecnológicos, para sua integração à vida moderna” (ESTATUTO DA PESSOA IDOSA, 2022).

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é compreender melhor qual o papel do design digital com o intuito de promover a usabilidade e a acessibilidade de interfaces para idosos da UNAPI e comunidade em geral.

2. METODOLOGIA

Para melhor atender os idosos foi realizada uma revisão bibliográfica para elucidar a relação entre a experiência dos usuários idosos na utilização da tecnologia digital e a percepção das suas habilidades. Para tanto foram utilizadas as palavras “inclusão digital”, “experiência do usuário”, “experiência do usuário para idosos”, “tecnologia para idosos”, “usabilidade” e “acessibilidade”. As buscas foram realizadas nas bases de dados acadêmicos, como PubMed, sites de instituições de pesquisa e de universidades. As diferentes fontes incluem artigos de revistas de divulgação científica, teses e dissertações. As fontes selecionadas foram avaliadas quanto à sua credibilidade, relevância e qualidade, garantindo a confiabilidade do material utilizado para a análise e discussão subsequente.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos resultados coletados demonstrou que durante o envelhecimento muitas mudanças ocorrem, como por exemplo a perda de visão, audição, diminuição da coordenação motora fina e também de habilidades sensoriais. O desenvolvimento de sites e aplicativos precisa estar preparado para se adaptar e atender as necessidades específicas desses usuários que podem apresentar problemas de usabilidade originados de barreiras físicas, cognitivas e sociais (CHEIRAN, 2009).

De uma perspectiva mais técnica, onde estão os UX e UI Designers, existem algumas recomendações práticas que podem ser seguidas para otimizar a usabilidade e acessibilidade do idoso ao utilizar interfaces. De acordo com VECHIATO e VIDOTTI (2012), existem boas práticas que ajudam a melhorar a experiência do usuário para pessoas idosas, como por exemplo:

- Relações de Contraste Apropriadas à Idade: design deve ter alto contraste para atender às necessidades de usuários mais velhos com problemas de visão, evitando tons de cinza e mudanças sutis de cores.

- Coloração Segura: com o envelhecimento, a percepção de cores diminui devido à insensibilidade das células da retina e ao amarelecimento do cristalino. Portanto, o design deve evitar depender da diferenciação de cores semelhantes e manter uma ampla separação entre tons.

- Fontes maiores e legíveis: é essencial usar fontes relativamente grandes e legíveis, preferencialmente sem elementos decorativos (serifas). Manter a consistência no uso de fontes, evitando mais de 2 a 3 tipos diferentes, e, se necessário, usar fontes serifadas apenas em títulos e tamanhos maiores.

Neste ano de 2023, foram ativadas as contas do Instagram @unapi.ufpel e feita a sincronização com o perfil da UNAPI já existente no Facebook, para assim alcançar tanto o público que é mais adepto ao Facebook quanto os que são adeptos ao Instagram. Portanto, na elaboração das postagens nas redes sociais da UNAPI, essas boas práticas foram aplicadas da melhor forma possível para garantir que os idosos pudessem desfrutar plenamente do conteúdo direcionado a eles.



4. CONCLUSÕES

A promoção da inclusão digital dos idosos demanda não apenas um design acessível, mas também medidas educativas e de apoio que aumentem a autoconfiança e habilidades tecnológicas. Além das considerações técnicas, a discussão se expande para a esfera educacional e psicossocial. Dessa forma, é preciso desenvolver e ofertar alternativas de acesso à tecnologia para que as carências e/ou desafios específicos dos idosos sejam assentados.

Para tanto, as parcerias entre instituições públicas e privadas, organizações da sociedade civil e, também, cursos da área da computação das universidades é fundamental. O desenvolvimento de programas de formação para essa população é uma alternativa que impactará positivamente na inclusão digital desta população. E pode ser implementada até mesmo dentro da Universidade através da UNAPI em parceria com cursos da área da computação da UFPEL.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANHATO, E.F.C.; DA SILVA K. C. A.; MAGALHÃES, N.C.; DA MOTA, M. E.; GUEDES, D.; SCORALICK, N. **Inclusão digital: ferramenta de promoção para envelhecimento cognitivo, social e emocional saudável.** *Psicol. hosp. (São Paulo)* [online]. 2007, vol.5, n.2, pp. 2-20. ISSN 2175-3547.

CAVALLI, A; HENNICKA, A; COPELLO, F; REIS, MILLEN; CAVALLI, M. Inovação na "sala de aula" da universidade aberta para idosos: o uso das tecnologias digitais para acolhimento e ensino. **Expressa Extensão**, v. 27, n. 1, p. 1-9, JAN-ABR, 2022.

CHEIRAN, J. **Usabilidade para terceira idade: avaliação de usabilidade em ferramentas de correio eletrônico web (webmail)**. 2009. Tese - Curso de Ciência da Computação, UFRGS Disponível em: [//lume.ufrgs.br/handle/10183/26856](http://lume.ufrgs.br/handle/10183/26856).

ESTATUTO DA PESSOA IDOSA, Lei. 10.741. De 1 de outubro de 2003. Redação da Lei 14.423 de 2022. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.741.htm. 2022.

SOUZA, M. S.; OLIVEIRA, A. P. M.; SOUZA, T. F.; DA SILVA, M.M.R.; SILVA, R. P.; SALDANHA, A. P.S.; ARAÚJO, B. C.; ARAÚJO, P. C.; CÂNDIDO, G.S.; ANDRADE, I. G. M.; ADLER NETO, C. A. A.; SILVA, N.R.; SANTOS, I.T.; SIQUEIRA, P.M.; FREITAS, R. C. **Uso da tecnologia por idosos durante a pandemia: um aliado ao isolamento social. Revista de Casos e Consultoria**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. e30327, 2022. Disponível em: periodicos.ufrn.br/casoseconsultoria/article/view/30327. Acesso em: 15 set. 2023.

VALE, F.; FIORIN, B.; MELO, P.; MAGALHÃES, R.; DIAS, R. **Recomendações de usabilidade com foco na inclusão digital da terceira idade: estudo de caso site de cadastramento para vacinação do covid 19 em Campo Grande, MS. Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, v.03, n.16, 2022.

VECHIATO, F. L.; VIDOTTI, S. A. B. G. **Recomendações de usabilidade e de acessibilidade em projetos de ambientes informacionais digitais para idosos**. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*, v. 5, n. 1, p. 1-23, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/114755>.

AVALIAÇÃO DA GEOLOCALIZAÇÃO DOS AUTORES NA REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA E SUSTENTABILIDADE (RBES)

MARIA EDUARDA SILVEIRA DOS ANJOS¹; GABRIEL FRAGALI DE CASTRO²;
GIZELE INGRID GADOTTI³; DIULIANA LEANDRO⁴; EVERTON RODRIGUES
ZIRBES⁵; ANDREA SOUZA CASTRO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – me.silveiradosanjos@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – fragali.castro@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – gizeleingrid@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas- diuliana.leandro@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – thor.zirbes@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas - andreascastro@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

As publicações científicas constituem instrumentos de educação e difusão de conhecimento para toda a população, principalmente no meio acadêmico, assumindo um papel de grande relevância no fomento do desenvolvimento tanto dos estudantes quanto dos professores. Por meio de suas edições, é viável monitorar as pesquisas desenvolvidas por cientistas em cenário local, regional, nacional e internacional, bem como conhecer sobre os temas que estão sendo pesquisados, com vistas a sua aplicação em prol da sociedade e da promoção da sustentabilidade do nosso planeta (HOUGHTON et al.,2009).

Sendo assim, a Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), por meio do Centro de Engenharias (Ceng), iniciou a produção da Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade (RBES) a partir de 2015. Trata-se de um periódico de divulgação científica, de acesso aberto e sem fins lucrativos, com a finalidade de servir como um meio de disseminação de informações técnico científicas tanto para o Centro de Engenharias quanto para a comunidade acadêmica da UFPEL e de outras instituições de ensino superior nas áreas de Engenharia e Sustentabilidade.

A RBES a revista tem o intuito de incentivar a realização de pesquisa e produção de conhecimento entre docentes e discentes, assim, oferecendo espaço de publicação para trabalhos e possibilitando a troca de experiências nas várias áreas das engenharias (ambiental, sanitária, agrícola, civil, elétrica, mecânica, química, alimentos, entre outras) e sustentabilidade. A revista teve seu primeiro número publicado em julho de 2015, e nos dias atuais tem publicação de fluxo contínuo. O periódico teve sua última publicação V. 10, ano 2022 com o ISSN é 2448-1661 classificado no Qualis em versão digital no endereço eletrônico <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/RBES>, em benefício à comunidade os volumes e as edições especiais ficam disponíveis para acesso na plataforma. Além disso, a revista possui algumas diretrizes a serem seguidas pelos autores, onde é possível acessar na plataforma da revista e conferir sobre as regras exigidas para submissão de artigos qual o trabalho é realizado e apresentar a problematização que especifica o seu estudo. O estudo tem como objetivo

identificar a abrangência da RBES em outros estados brasileiros e municípios da região Sul.

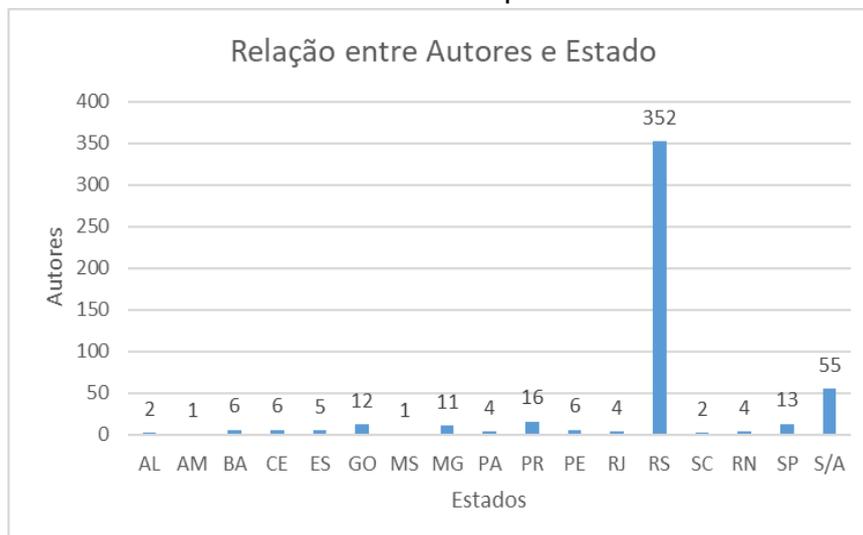
2. METODOLOGIA

Para a elaboração do presente trabalho foi feita uma análise dos artigos publicados na RBES. As informações foram extraídas do portal “Periódicos UFPEl” (UFPEL, 2023). Foram agrupados e organizados os artigos do ano de 2015 a 2022, sendo que a informação principal utilizada para esta pesquisa foi as cidades de origem dos autores que publicaram na RBES. Com auxílio de planilha Excel os dados foram tabulados e apresentados em formato de gráfico de barras para cada um dos parâmetros e cada ao longo dos anos em análise.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Desde o início da revista no ano de 2015 até os dias atuais, 500 autores submeteram seus trabalhos. Conforme os dados levantados no Gráfico 1, foi analisado o número de autores e seu respectivo estado brasileiro. A Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade possui autores espalhados por 49 cidades e estão inseridos em 16 estados brasileiros, são eles: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Espírito Santo (ES), Goiás (GO), Rio Grande do Sul (RS), Amazonas (AM), Roraima (RO), Bahia (BA), Paraná (PR), Santa Catarina(SC), Ceará(CE), Minas Gerais (MG), Mato Grosso do Sul (MS), Alagoas (AL), Rio Grande do Norte (RN) e Pernambuco (PE), demonstrados no gráfico. Além disso, também foram encontrados autores internacionais em uma de suas edições no V.9,N.1,2021. Não foi possível encontrar a localidade de 55 autores, sendo assim ficaram indicados com S/A no gráfico.

Gráfico 1 - Número de autores e seu respectivo estado brasileiro 2015-2022



Fonte: autores, 2023



5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HOUGHTON, J. et al. **Economic implications of alternative scholarly publishing models: exploring the costs and the benefits.** Bristol: JISC, 2009.

AVALIAÇÃO DA RELEVÂNCIA DA SEMANA ACADÊMICA NA FORMAÇÃO NO CURSO DE ENGENHARIA INDUSTRIAL MADEIREIRA

MARINA FERNANDES NEVES¹; NATHÁLIA FARIAS GOMES²; ÁVILA
FERREIRA DE SOUZA³; FERNANDO DEVANTIER KOBER⁴; MERIELEN DE
CARVALHO LOPES⁵; ERIKA DA SILVA FERREIRA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – marinafneves16@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – nathalia.univ@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – avilaferreira128@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – fernandodkober@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – lopesmerielen@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – erika.ferreira@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Os eventos acadêmicos constituem-se como fonte essencial na busca e compreensão de novos conhecimentos, sua finalidade é reunir profissionais e estudantes para trocas e transmissão de informações de interesse comum aos participantes (LECERDA; WEBER; PORTO; SILVA, 2008).

Para Campello (2000 *apud* LECERDA; WEBER; PORTO; SILVA, 2008) esses eventos podem desempenhar diversas funções, como encontros em forma de aperfeiçoamento, busca de novos aprendizados ou até mesmo como networking.

Para SANTOS; MOGNON; LIMA; CUNHA, (2011), as atividades e experiências vivenciadas fora da sala de aula, trazem inúmeros benefícios ao universitário, tais como segurança, autoestima e valores altruísticos.

Como mencionaram RODRIGUES (1997 *apud* NASCIBEM; VIVEIRO 2015), é imprescindível ao estudante o conhecimento e reconhecimento da dimensão de sua área de trabalho, bem como sua funcionalidade na vida prática.

Para LACERDA; WEBER; PORTO; SILVA (2008), deve haver nas instituições de ensino um consenso em formar profissionais capazes de lidar com informações de todos os meios, buscando ampliar sua formação acadêmica. Os autores citam ainda que, como complemento a essa formação, faz-se necessário a busca por outras atividades que colaborem no enriquecimento do processo de construção do conhecimento.

Mediante a importância a que se atribui as atividades extra curriculares para a formação intelectual dos estudantes, este trabalho tem por objetivo avaliar o aproveitamento e aprendizado dos acadêmicos perante as atividades propostas na décima quinta semana acadêmica do curso de Engenharia Industrial Madeireira, da Universidade Federal de Pelotas, realizado nos dias 28, 29 e 30 de agosto de 2023.

2. METODOLOGIA

O evento teve como tema “Tecnologia na Indústria Madeireira”, focando no entendimento e uso de softwares no dia-dia da vida profissional. Dividiu-se em visita realizada a Feira Internacional de Fornecedores da Cadeia Produtiva Madeira e Móveis (FIMMA), palestras de egressos do curso de Engenharia Industrial Madeireira que já estão inseridos no mercado de trabalho e com minicursos, onde os acadêmicos puderam obter conhecimentos práticos de habilidades necessárias para lidar com alguns maquinários simples e com a matéria prima madeira.

Para avaliar o aproveitamento dos estudantes perante as atividades propostas, foi utilizado um formulário criado a partir da ferramenta *Google Forms*. O mesmo foi encaminhado por e-mail aos participantes, que puderam responder as seguintes questões:

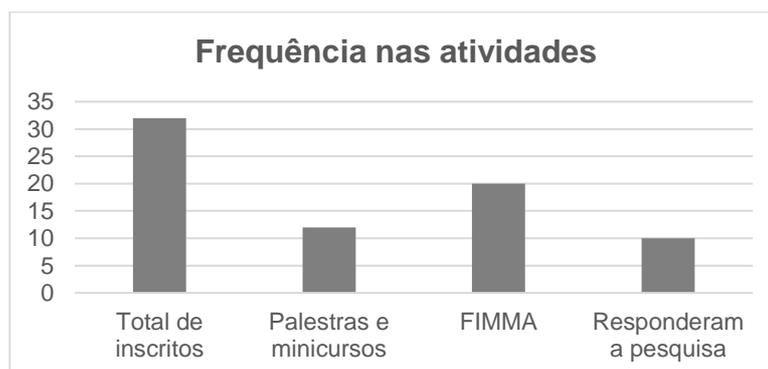
1. Referente as palestras propostas, como você avalia seu aprendizado?
2. Referente aos minicursos, como você avalia seu aprendizado?
3. Como você avalia a relevância desse tipo de evento na sua vida acadêmica?
4. Você considera que obteve algum novo aprendizado?

Os participantes tinham opções de respostas como “bom”, “ruim”, “muito relevante”, “pouco relevante”, por exemplo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O evento teve um total de 32 inscritos, sendo que destes 20 inscritos compareceram a FIMMA, 12 participaram das atividades e apenas 10 pessoas responderam ao questionário, como pode ser visto no gráfico 1. Nota-se que a atividade proposta que teve o maior número de participantes foi a visita realizada a Feira Internacional de Fornecedores da Cadeia Produtiva Madeira e Móveis (FIMMA), enquanto que a participação a palestras e minicursos foi bem mais baixa. Essa evasão pode estar relacionada com a própria evasão do ensino superior em geral, segundo dados do mapa do ensino superior no Brasil divulgado em 2023 pelo do Instituto Semesp, mais da metade dos alunos que entram em faculdades no país desiste antes de completar o curso.

Gráfico 1 – Relação entre número de inscritos e frequência nas atividades.



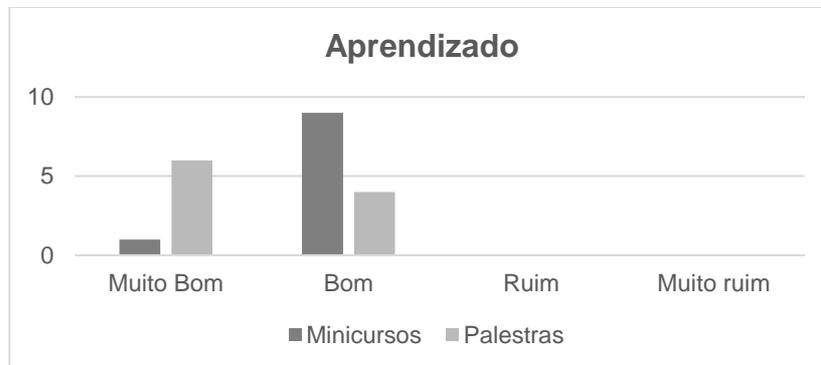
Quando questionados sobre a relevância do evento na vida profissional e acadêmica, os votos dividiram-se em “muito relevante” e relevante, como pode ser observado no gráfico 2. ALMEIDA (2000 *apud* SANTOS; MOGNON; LIMA; CUNHA, 2011), que realizou um estudo com universitários para investigar como o envolvimento em atividades extracurriculares influenciava na vida acadêmica, na adaptação ao curso e no desempenho acadêmico, constatou que os alunos participavam das atividades extracurriculares apresentaram maior disciplina com os estudos, melhor relacionamento com colegas, autonomia e adaptação à universidade.

Gráfico 2 – Gráfico Relevância do tipo de evento na vida profissional e acadêmica



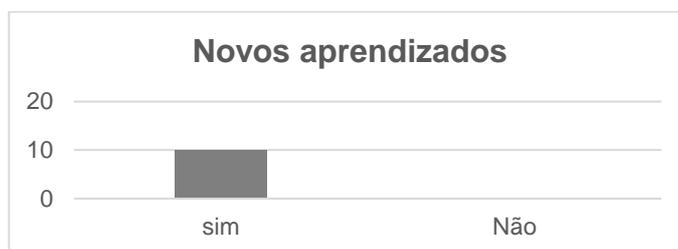
Quanto ao aprendizado obtido com minicursos e palestras, as respostas variaram entre “muito bom” e “bom”, como pode ser observado no gráfico 3, o que pode ser associado ao estudo de CUNHA E CARRILHO (2005 *apud* SANTOS; MOGNON; LIMA; CUNHA, 2011), tinha o objetivo de compreender as relações entre a vivência acadêmica e o rendimento estudantil e constatou que o rendimento acadêmico pode ser influenciado pela qualidade das vivências dos estudantes em nível pessoal e de realização acadêmica estando menos relacionadas ao contexto universitário.

Gráfico 3 – Avaliação do aprendizado dos participantes em palestras e minicursos.



Na questão que pedia para os participantes avaliarem se haviam ou não, obtido novos aprendizados, todos os participantes votaram que sim, obtiveram algum novo aprendizado, o que pode ser visto no gráfico 4. Na revisão de literatura realizada por TEREZINI, PASCARELA e BLIMLING (1996 *apud* SANTOS; MOGNON; LIMA; CUNHA, 2011), nos Estados Unidos, sobre a influência das atividades extracurriculares na aprendizagem e no desenvolvimento cognitivo do estudante, alguns resultados revelaram benefícios desse tipo de atividade no desenvolvimento pessoal do aluno.

Gráfico 4 – Avaliação da obtenção de novos aprendizados durante o evento.



4. CONCLUSÕES

A partir dos dados expostos, é possível concluir que houve grande evasão nas atividades gerais do evento, mas, que dentre os participantes, sua realização foi considerada relevante tanto na formação acadêmica quanto na vida profissional e que o mesmo foi capaz de proporcionar novas experiências e aprendizados.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LACERDA, A; WEBER C.; PORTO M.P; SILVA, R.A; A Importância dos Eventos Científicos na Formação Acadêmica: Estudantes de Biblioteconomia. **Revista ABC** Santa Catarina, Florianópolis p.130 -144, 2008.

SANTOS, A, A, A; MOGNON, J. F; LIMA, T, H; CUNHA, N, B. A relação entre vida acadêmica e a motivação para aprender em universitários. **Revista Semestral da Associação Brasileira de Psicologia Escolar e Educacional**, São Paulo, SP, p 283 – 290, 2011.

NASCIBEM, F; VIVEIRO, A, A;. Para Além do Conhecimento Científico. **Revista Interações, PUC**. Porto Alegre, RS, p. 285 – 295, 2015.

SAMESP. **Evasão no Ensino Superior**. CNN Brasil, São Paulo, 26 de junho de 2023. Acessado em 22 de setembro de 2023. Online. Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/555-dos-alunos-desistem-antes-de-completar-ensino-superior-aponta-relatorio/>

INCLUSÃO DIGITAL E PROMOÇÃO DOS DIREITOS SOCIAIS A PARTIR DA INTERFACE ENTRE A EDUCAÇÃO E A COMUNICAÇÃO - ESTUDO DE CASO DA ESCOLA LOUIS BRAILLE

MAITÊ ENZWEILER BARBOZA ALVES¹; CARLA DE CARVALHO TEIXEIRA²;
ISADORA OLIVEIRA MELO DE ABREU³; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – maitebarbozaalves@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – carla.cteixeira99@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – isadora.melo28@hotmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

A Constituição Federal de 1988, embasada nos princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, declara que todos os cidadãos, independente do gênero, cor, renda, nacionalidade, têm direito à educação, à inclusão, às tecnologias, à igualdade, à assistência social. Nesse âmbito, foi criado, há mais de 10 anos, o projeto de inclusão “Inclusão Digital e Promoção dos Direitos Sociais - Utilização da WebRádio e WebTV para criar um ambiente interativo entre universidade e sociedade” do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), em parceria com a Associação Escola Louis Braille, instituição de referência às pessoas com deficiência visual na cidade de Pelotas - RS.

O respectivo projeto foi criado e sedimentado a partir do objetivo de proporcionar aos alunos um modelo de aprendizado acessível, inclusivo e moderno, o que é corroborado com um dos seus pilares de criação: a educomunicação, conceito definido por SOARES (2002, p.115) como:

O conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem.

Com o propósito de fomentar o uso das mídias na prática educacional, o projeto se iniciou no formato de rádio, de forma que os conteúdos eram transmitidos durante o recreio pela rádio escolar (“Radio Braille”). Entretanto, a partir do ano de 2020, com a pandemia da COVID-19 e seu contexto de distanciamento e isolamento social, o projeto necessitou ser reformulado para se adequar à nova realidade e às novas necessidades da comunidade. Assim, a transmissão dos programas, antes realizada via rádio escolar, passou a ser feita em formato de PodCast, um produto radiofônico moderno e acessível, o qual possibilita um maior alcance do conteúdo, uma vez que está intimamente relacionado a diversas plataformas digitais. O conceito de PodCast foi cunhado pelo ex-VJ da MTV Adam Curry, o qual fez a junção entre as palavras “Ipod” (dispositivo de música mp3 da Apple) e “broadcast”, (transmissão) para criar, segundo BARROS e MENTA (2007), um novo tipo de programa de rádio, sendo ele personalizado nos formatos mp3, mp4 ou ogg, os quais possibilitam o armazenamento de arquivos de mídia em espaços pequenos, além da postagem dos conteúdos nas redes.

Diante do cenário pandêmico, a criação de conteúdos por meio de PodCast, possibilitou o fortalecimento do acesso e da disseminação de informações tanto pela comunidade acadêmica quanto pelos alunos da escola Louis Braille, os quais foram incluídos, de forma mais efetiva, no contexto de inovação, inclusão e acesso às tecnologias. Nesse sentido, identifica-se várias vantagens nesse novo formato de realização do projeto, as quais se alinham com as atuais tendências de comunicação, bem como garantem e asseguram os direitos previstos pela Constituição de 1988.

Dessa forma, o presente trabalho objetiva dissertar sobre a continuidade da realização do projeto WebRadio/WebTV, parceria entre a UFPEL e a Associação Louis Braille.

2. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho optou-se pelo método de pesquisa-participante, que favorece a interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas. Segundo FONSECA (2002, p.34) tal metodologia é definida:

A pesquisa participante “caracteriza-se pelo envolvimento e identificação do pesquisador com as pessoas investigadas” (Matos e Lerche, 2001: 46). A pesquisa participante rompe com o paradigma de não envolvimento do pesquisador com o objeto de pesquisa, despertando fortes reações do positivismo.

Dando continuidade às produções dos podcasts da Rádio Braille, no início de 2023, foi feito um planejamento com a elaboração de um cronograma que abrange diversos temas relacionados à saúde a serem abordados.

O contato com os estudantes foi estabelecido por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp, através de um grupo criado para a realização das atividades do projeto. A partir disso, tornou-se possível a elaboração de roteiros para a produção do "Minuto Saúde", programa em que são apresentados tópicos como diagnóstico, sintomas e tratamento de doenças, além de instruções sobre como praticar primeiros socorros e promover a saúde, abordando temas como saúde mental e tabagismo. A proposta é que, em cada episódio, um assunto diferente seja abordado com uma linguagem simples e acessível.

É de responsabilidade da bolsista a elaboração do roteiro do tema, que, por sua vez, é enviado em formato de texto e também em formato de áudio aos participantes. Estes, por sua vez, recebem um prazo para encaminharem as gravações. Também é de responsabilidade da bolsista receber as atividades, organizar as locuções e editá-las utilizando dois softwares gratuitos: o Ocenaudio e o Audacity. A trilha sonora utilizada nos programas possui licença Creative Commons Atribuição 3.0 Brasil (CC BY 3.0 BR), o que permite o compartilhamento e a adaptação da música. Após a edição, os programas são postados, podendo ser acessados através da plataforma Spotify. Em seguida, após a finalização do episódio e sua inclusão, realizamos a respectiva divulgação nas redes sociais do projeto no Instagram e em grupos de WhatsApp.

Além da criação dos podcasts que abordam temas relacionados à saúde, também desenvolvemos podcasts "especiais" voltados para a deficiência visual. Podemos citar como exemplo: o podcast que trata do Dia do Deficiente Visual, acessibilidade na cidade de Pelotas ou o episódio criado para divulgar uma vaquinha solidária da Escola Louis Braille. Adicionalmente, o podcast pode contar com a participação especial de profissionais da área em entrevistas e debates,

promovendo não apenas a comunicação dos estudantes, mas também a integração e divulgação de estratégias e dados sobre enfermidades.

Além da criação dos podcasts como o cerne do projeto, também realizamos alguns encontros presenciais na Escola Louis Braille com o objetivo de promover a integração e fortalecer o relacionamento entre os participantes. Nestes encontros, são realizadas atividades que envolvem meios de comunicação de áudio, principalmente o uso de microfones.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante a pandemia, nos anos de 2020 e 2021, as atividades continuaram de maneira adaptada à realidade de distanciamento social, assim, desenvolveu-se remotamente a gravação do podcast com os alunos da Escola Louis Braille. Atualmente, mais de 50 episódios já foram desenvolvidos, com duração de cerca de 4 minutos. Nesse sentido, verificou-se benefícios dessa prática, uma vez que os alunos melhoraram gradativamente sua dicção e houve maior participação e ajuda dos familiares nesse processo de produção do roteiro e de gravação, logo, demonstrando a interação proposta pela metodologia do estudo. Vale ressaltar também a importância do contato de alunos com deficiência com as ferramentas relevantes dos meios de comunicação atuais.

Atualmente, a temática da saúde foi incorporada aos episódios, com o propósito de instruir a população, uma vez que observa-se uma carência de conhecimento generalizado nessa área, dado que a desigualdade no acesso a notícias e a dados científicos é evidente, além do compartilhamento frequente de informações falsas e não verificadas nas redes sociais. Inicialmente, a ideia seria abordar temas como depressão e ansiedade, doenças vivenciadas comumente durante a pandemia do Covid-19. Por conseguinte, desenvolveu-se principalmente, a educomunicação, além do entrosamento entre cursos, ainda a disseminação do conhecimento e o incentivo à busca por qualidade de vida e saúde.

Inclusão, como cita CARVALHO (2009), é a possibilidade de acesso, ingresso e permanência de um aluno com aprendizagem real, resultando, portanto, em atribuições de conhecimento e desenvolvimento de habilidades e competências. Não apenas para o aumento do número de matrículas, para alunos com deficiência nas turmas de ensino regular.

Dessa forma, oferecemos um espaço onde os alunos com deficiência são incluídos em um meio digital de comunicação, proporcionando a oportunidade de se informarem e de compartilharem informações com toda a população.

4. CONCLUSÕES

O desenvolvimento do projeto de extensão proporciona a inclusão dos alunos no ambiente virtual, estimula a participação das famílias na vida escolar e promove a disseminação de conhecimento sobre temas importantes na área da saúde, através das possibilidades da Educomunicação. Além disso, as gravações favorecem e estimulam o desenvolvimento dos alunos, uma vez que promovem o treino da fala para a gravação dos episódios, contribuindo para o aprimoramento da comunicação oral, tanto individualmente quanto coletivamente.

Assim, por meio dos recursos audiovisuais, da Educomunicação e das

redes sociais populares, é possível realizar uma ação pioneira: um programa que utiliza um meio de comunicação moderno para instruir a população sobre temas relevantes de saúde, produzido por deficientes visuais.

As pessoas com deficiência visual também se relacionam com os meios de comunicação por meio do consumo, como ouvir rádio ou acessar a internet. No entanto, apesar da disponibilidade de ferramentas e opções nesse âmbito, a pesquisa de LIMA (2017) identificou a escassez de produtos jornalísticos acessíveis a essa parcela da população. Ele também apontou que o rádio e o jornalismo eletrônico se destacam como os meios mais acessíveis e coerentes para incluir essa população, uma vez que a fala e a audição são os principais meios de comunicação.

Portanto, projetos como o Web Rádio e Web TV desempenham um papel crucial nesse contexto, usando o áudio e o formato podcast como principal forma de comunicação, o que contribui para incluir as pessoas com deficiência visual como consumidores de conteúdo.

Por fim, é importante ressaltar que as ações do projeto estão em constante evolução e aprimoramento, visando ao desenvolvimento comunicativo e cognitivo dos alunos, seu desenvolvimento socioemocional integral e a participação plena da escola e dos indivíduos com deficiência.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARVALHO, E. R. **Removendo Barreiras para a Aprendizagem: educação Inclusiva**. Porto Alegre: Mediação, 2009.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, p.33, 2002. Apostila. Acesso em 26 jul. 2022. Online. Disponível em: https://blogdageografia.com/wp-content/uploads/2021/01/apostila_-_metodologia_da_pesquisa1.pdf

LIMA, M. T. **A interação entre o público deficiente visual e os meios de comunicação**. EVINCI, UniBrasil, Curitiba, v.3, n.2, p. 657-668, out. 2017.

SOARES, I. O. **Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Edições Paulinas, 2011.

BARROS, G. C; MENTA, E. **Podcast: produções de áudio para educação de forma crítica, criativa e cidadã**. Eptic On-Line (UFS), v. IX, 2007.

Secretaria da justiça e cidadania. **A Declaração Universal e a Constituição de 1988**. Acessado em 21 set. 2023. Online. Disponível em: <https://www.justica.pr.gov.br/Pagina/Declaracao-Universal-e-Constituicao-de-1988>

FORMAS DESENVOLVIDAS E APLICADAS PARA DIVULGAR O CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS.

RODRIGO DA COSTA CARDOSO¹; DANIELE MARTIN SAMPAIO²; LUAN HENRIQUE DOS SANTOS ROCHA³; RENAN NEITZKE MUNSBERG⁴; TALISSON NATAN TOCHTENHAGEN⁵; MAURIZIO SILVEIRA QUADRO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – rodrigocc3006@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – dmartinsampaio@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – luanhsr.h@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – renanmunsberrg025@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – talissonnatantochtenhagen@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – mausq@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

Pioneiro no país, criado no dia 27 de outubro de 1972 na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), o curso de engenharia agrícola surgiu a partir da necessidade de integrar os conhecimentos de Engenharia dentro da área de Ciências Agrárias (LUZ, 2021). Mesmo após seus mais de 50 anos de existência, é evidente a carência de conhecimento por grande parte da comunidade, tanto por não conhecerem o curso, como também, por não conhecerem as atribuições destinadas a esse profissional no mercado de trabalho. A falta de informações ou “o pouco conhecimento de uma profissão em relação ao seu contexto e o mercado de trabalho” podem fazer com que o aluno tenha dúvidas quanto ao seu futuro profissional (DULLIUS e CYRNE, 2010).

A falta de conhecimento sobre cursos fundados nas ciências agrárias gera inúmeras perdas econômicas e sociais, já que o curso de engenharia agrícola está diretamente ligado à produção de alimentos e a agropecuária, um dos pilares do PIB nacional. Dessa forma, tal desconhecimento pode influenciar na evasão em cursos superiores, em se tratando de uma profissão pouco divulgada, a despeito da sua importância para o país (AMARAL, 2013).

Os programas de extensão universitária mostram a importância de sua existência na relação estabelecida entre instituição e sociedade. Isso acontece por meio da aproximação e troca de conhecimentos e experiências entre professores, alunos e população (HENNINGTON, 2005).

A partir dessa necessidade, o Programa de Educação Tutorial de Engenharia Agrícola (PET-EA) da UFPEL desenvolve o projeto “Divulgação do Curso”, que consiste em atividades para aumentar a visibilidade do curso de engenharia agrícola, destacando pontos importantes desde o ingresso no curso, aprendizado durante a graduação e a inserção no mercado de trabalho. Dessa forma, traz mais informações para que alunos do ensino médio e toda a comunidade tenham um maior conhecimento do curso, gerando uma maior procura pelos meios de ingresso. Portanto, o objetivo principal desse trabalho é levar conhecimento sobre o curso de engenharia agrícola para alunos do ensino médio e comunidade externa a Pelotas.

2. METODOLOGIA

O projeto de divulgação do curso possui duas diretrizes, uma relacionada a visitas em escolas e outra em publicações nas redes sociais do grupo. Sendo assim, foram desenvolvidos dois vídeos para promover a divulgação do curso de Engenharia Agrícola da Universidade Federal de Pelotas. Esses vídeos foram realizados para

apresentar o curso para alunos ingressantes, para alunos do ensino médio, e postado nas redes sociais do grupo, com o objetivo de destacar aos futuros estudantes um pouco sobre o ambiente de aprendizado, a história e a importância do curso, e suas vastas áreas de atuação.

Além disso, foram criadas artes de divulgação nas quais foram apresentadas formas de ingresso, temas de aprendizado dentro do curso e também, conteúdos explicativos relacionados às áreas estudadas no curso de Engenharia Agrícola, sendo chamados de “Você Sabia?” - todos postados e divulgados nas redes sociais do grupo, principalmente na rede social *Instagram* que conta atualmente com 4.709 seguidores.

O objetivo desse trabalho é avaliar as formas desenvolvidas e aplicadas para divulgar o curso de engenharia agrícola da Universidade Federal de Pelotas.

Foi realizado um planejamento para contemplar o maior número de alunos possíveis. Para isso, foi tabulado as escolas de Pelotas e região onde integrantes do grupo residem para que fosse realizado uma visita com o intuito de divulgar o curso de engenharia agrícola da UFPel. A partir dessa ideia, foi desenvolvido um questionário na plataforma *Google forms* para o controle da quantidade de alunos alcançados e sua nova percepção sobre o curso após a visita. Até agosto de 2023, foram visitadas 7 escolas: a Escola Estadual de Ensino Médio Alberto Wienke, a Escola Estadual de Ensino Médio João de Deus Nunes, a Escola Estadual de Ensino Médio João Simões Lopes Neto, a Escola Técnica Estadual de Canguçu, todas no município de Canguçu; o Colégio Estadual Nosso Senhor do Bonfim, na cidade de Morro Redondo; o Instituto Estadual de Educação Ponche Verde e a Escola Estadual de Ensino Médio Deputado Adão Pretto, situadas no município de Piratini.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No decorrer dos anos 2022 e 2023, na plataforma do *Instagram* do grupo PET-EA, que atualmente conta com 4.709 seguidores, foram publicados 2 vídeos explicando mais detalhes sobre o curso, que obtiveram um total de 5.606 contatos alcançados. Além disso, foram publicadas artes envolvendo assuntos importantes ligados ao curso de engenharia agrícola, e foram realizadas publicações nas redes sociais do grupo em períodos de vestibulares, e principalmente próximo as inscrições do Sistema de Seleção Unificada (SISU), nas quais foram apresentadas as características e principais áreas de atuação do curso.

Na figura 1, está apresentada a captura de tela de um dos vídeos postados no *Instagram* do grupo, que teve um total de 3.482 contatos alcançados. Este vídeo, traz um destaque para cada uma das áreas abrangidas pelo curso, explicando desde a forma de ingresso, disciplinas estudadas na graduação, salários, áreas de atuação e mercado de trabalho, dessa forma, fomentando para mais pessoas aderirem ao curso de engenharia agrícola.

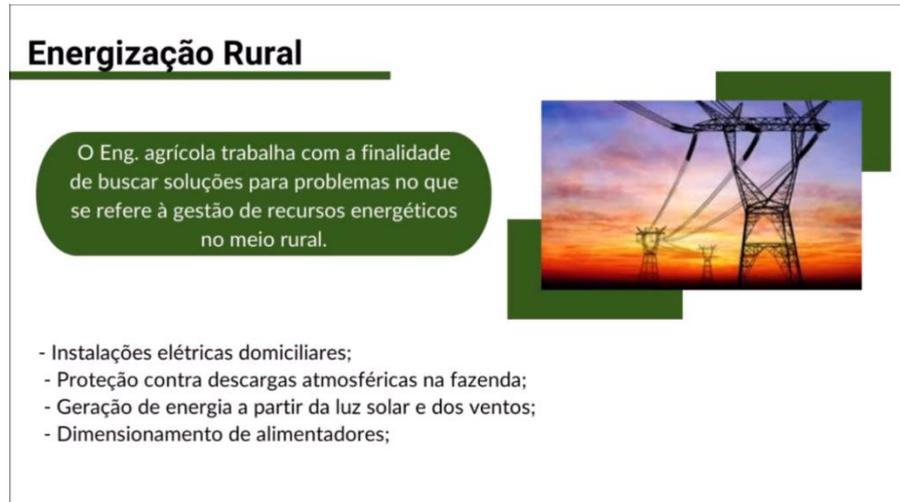


Figura 1: Captura de tela de um dos vídeos publicados na plataforma do *Instagram*.

Nas escolas visitadas em Canguçu, Morro Redondo e Piratini durante o mês de junho de 2023 foi alcançado o número de 380 alunos dos últimos anos do ensino médio e técnico, onde foi realizada a divulgação do curso por meio de apresentação e conversa para interação com os alunos. Em seguida, foi aplicado o questionário para os mesmos e, conforme apresentado na Figura 2, se obteve que 82,9% dos alunos conheciam ou haviam ouvido falar sobre o curso de engenharia agrícola antes da divulgação, sendo assim, 17,1% não sabiam da existência do curso.

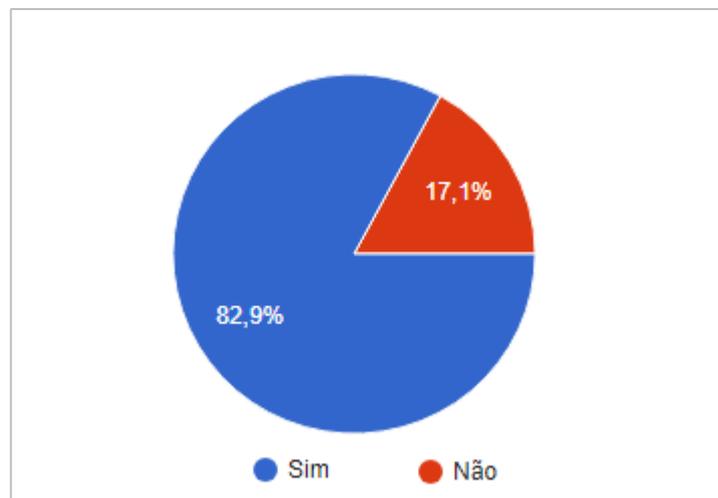


Figura 2: Se já tinham ouvido falar do curso de Engenharia Agrícola.

Através desse questionário, pode-se notar grande participação por parte dos alunos dessas instituições, após a apresentação do grupo, os quais trouxeram informações e áreas de atuações do engenheiro agrícola, como também, esclareceram dúvidas de vários alunos interessados pelo curso. Na Figura 3, está evidenciado o interesse demonstrado pelos alunos em cursar engenharia agrícola, percebe-se que um total de 224 alunos, ou seja, 58,8% dos alunos tem mais de 50% de interesse no curso.

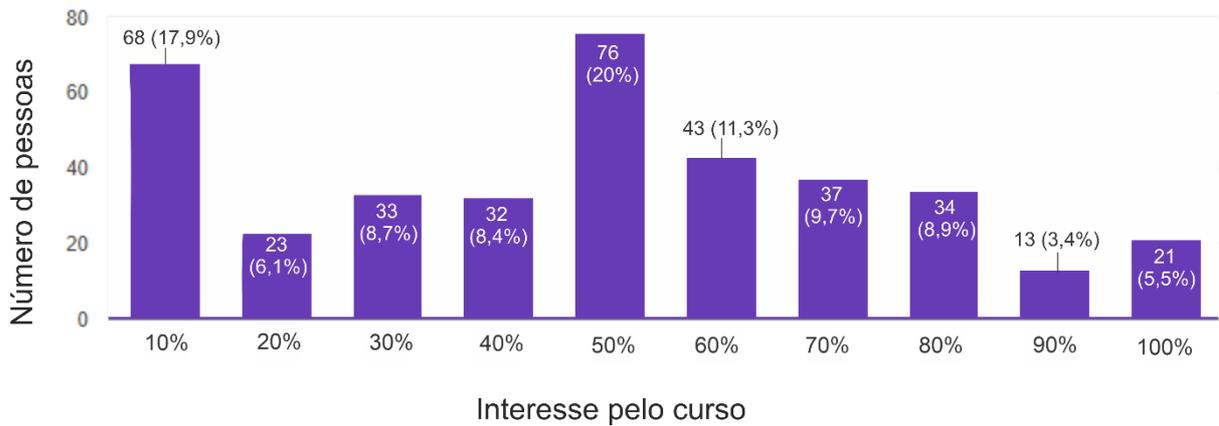


Figura 3: Alunos que demonstraram interesse no curso de engenharia agrícola.

4. CONCLUSÕES

Conforme o presente estudo, com desenvolvimento do projeto pelo PET - EA foi possível proporcionar um maior conhecimento das áreas de atuação de um engenheiro agrícola, não só aos estudantes do ensino médio, mas também para a comunidade externa da região de Pelotas, expandindo assim, a procura pelos ingressantes neste curso ainda tão pouco conhecido.

Com o avanço da tecnologia, informações que antes eram mais difíceis de serem alcançadas, hoje torna possível que pessoas das mais diversas regiões do país, consigam ter acesso com muito mais facilidade, aumentando o conhecimento da população sobre vários assuntos, inclusive ao curso já citado.

Dessa forma, através das ações citadas, foi possível favorecer a divulgação do curso de engenharia agrícola da Universidade Federal de Pelotas que, mesmo sendo o primeiro do país, ainda possui baixa visibilidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, J. B. **Evasão discente no ensino superior: estudo de caso no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará. Dissertação (Mestrado Profissional Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Gestão da Educação Superior).** Fortaleza: UFC, 2013.

DULLIUS, Rodrigo; CYRNE, Carlos Cândido da Silva. **O Mapeamento da Evasão Acadêmica: um estudo aplicado à UNIVATES.** 2010. Disponível em: <http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wpcontent/BD_documentos/coloquio10/166.pdf>. Acesso em: 05 set. 2023.

HENNINGTON, Élidea. **Acolhimento como prática interdisciplinar num programa de extensão universitária.** Rio de Janeiro, 2004. Base de dados do Scielo. Disponível em: <http://www.inpeau.ufsc.br/wp/wpcontent/BD_documentos/coloquio10/166.pdf> . Acesso em: 05 set. 2023.

LUZ, M. L. G. S. da. **Centro de Engenharias: da origem aos 10 anos.** Pelotas: Gráfica Santa Cruz, 2021. 630 p.

COLÓQUIOS DO CLC: INTEGRAÇÃO E FORMAÇÃO

UENDEL CUNHA DE SOUZA¹; VANESSA DOUMID DAMASCENO²

¹Universidade Federal de Pelotas – uendel2018souza@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – vanessaddclc@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca relatar as experiências de extensão realizadas no Projeto “Colóquios do CLC”, inserido no Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas. O Projeto tem como objetivo geral: oportunizar à comunidade acadêmica do CLC (servidores, profissionais terceirizados e estudantes de graduação e pós-graduação) e à comunidade externa, momentos de troca sobre assuntos de interesse do Centro e da comunidade. Como objetivos específicos o projeto busca realizar ações, atividades, eventos que possibilitem a integração da comunidade acadêmica, bem como, a socialização do trabalho desenvolvido no ensino, pesquisa e extensão no CLC, as trocas de saberes e contribuir com a formação continuada dos discentes, docentes e TAEs.

As ações do Projeto são permeadas pelo compromisso principal de estabelecer um vínculo entre a comunidade UFPEL, sobretudo a do CLC, e a comunidade externa. Entendemos que a extensão deve estar relacionada às demandas sociais, políticas, econômicas e culturais de uma comunidade. Nesse sentido, podemos afirmar que a extensão universitária do CLC assume um papel bastante significativo na formação acadêmica dos futuros profissionais e, também, na resolução de problemas de ordem social, aspecto destacado nos Projetos Político Pedagógicos dos diferentes cursos do Centro.

As Diretrizes Curriculares Nacionais (BRASIL, 2015), no capítulo I, Art. 4º, apontam, como princípio para garantir efetivo padrão de qualidade acadêmica na formação dos profissionais da educação, a articulação entre a teoria e a prática no processo de formação docente, que se funda no domínio dos conhecimentos científicos e didáticos e contempla a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.

Este trabalho se propõe a apresentar as ações que ocorreram dentro do Projeto de extensão Colóquios do CLC no ano de 2023.

2. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos do projeto, ao longo do ano, são promovidas diversas ações, entre elas, atividades culturais e acadêmicas, mesas redondas, mostras de pesquisa, ensino e extensão. As propostas das atividades são inicialmente definidas em reunião do Conselho do Centro, e posteriormente, planejadas, organizadas e desenvolvidas de forma efetiva pela direção da unidade e câmaras de ensino, pesquisa e extensão do CLC. As atividades acontecem, preferencialmente, no campus Anglo da UFPEL.

Para garantir a integração da comunidade, um dos objetivos do próprio projeto, as temáticas que são levadas ao conselho como proposição para as ações

são mapeadas dentro das demandas dos diferentes segmentos da comunidade acadêmica. Após a definição dos temas, no momento do planejamento, organização e execução das atividades busca-se também envolver estes diferentes segmentos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A atuação dos professores universitários deve se pautar em ações educativas que conversem com os saberes científicos e com os saberes humanísticos. Diante dessa ideia, baseiam-se as ações desenvolvidas pelo projeto de extensão, considerando a importância de temas que, por vezes, vão além do contexto acadêmico, seja no campo cultural ou social. Considerando as possibilidades de temáticas e ações possíveis, neste ano de 2023, foram escolhidos os seguintes temas: a tradição das festas Juninas; integração e visibilidade das atividades de ensino, pesquisa e extensão do CLC; desafios do ensino superior atual e a evasão no contexto universitário e o SAMBA, suas raízes, influências e importância .

Até o momento, foram realizadas três ações:

- a) A primeira ocorreu no início do mês de junho com o professor Dilvo Ristoff, da UFSC, sobre “Os novos e velhos desafios dos cursos de Letras”. A evasão dos cursos no ensino superior foi o tema discutido.
- b) A segunda ocorreu no final do mês de junho intitulada: Semana Junina do CLC. Este foi um espaço de apresentações artísticas culturais e também apresentação dos projetos de ensino, pesquisa e extensão do Centro pelos estudantes.



- c) A terceira atividade ocorreu no mês de setembro, intitulado: CLSAMBA. A ideia desta ação foi de fazer um fechamento das atividades do semestre, culminando com um evento cultural e acadêmico de integração através da música, trazendo o tema do SAMBA, suas raízes, influências e importância do debate étnico-cultural para universidade.



4. CONCLUSÕES

O projeto de extensão Colóquios do CLC, encontra-se em andamento, mas já é possível notar alguns impactos positivos das suas ações, tanto na comunidade acadêmica do CLC, quanto no público em geral que vivenciou as atividades realizadas, considerando a significativa participação e o feedback recebido, sempre destacando a importância e a qualidade das ações desenvolvidas.

Esperamos no próximo ano dar continuidade às ações do projeto, trazendo novos temas e atividades, bem como, consolidando as propostas criadas e realizadas neste ano. Também pretendemos pensar estratégias para uma maior integração das ações nos planos de ensino das disciplinas e atividades acadêmicas, além de formas de avaliação do impacto destas ações.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. **Diretrizes Curriculares Nacionais**. Brasília: MEC, 2015. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/agosto-2017-pdf/70431-res-cne-cp-002-03072015-pdf/file>. Acesso em: 12 set. 2023.
- FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia. Saberes necessários à prática educativa**. 4ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

TARANTULA: TRANSPOSIÇÕES E SIMBOLOGIAS DAS VIOLÊNCIAS LGBTQ+ NO CINEMA DE ANIMAÇÃO

KALI BREDER¹; NÁTHELY SANTANA²; RICARDO HENRIQUE AYRES ALVES³

¹ Universidade Federal de Pelotas – kalibreder@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – nthelys3@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas – ricardohaa@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A produção do curta-metragem *Tarantula*¹ é uma realização do curso de bacharelado em Cinema de Animação junto ao projeto unificado com ênfase em pesquisa *Histórias da arte e histórias da aids desde o Brasil: discursos sobre o corpo e a enfermidade na arte contemporânea*, coordenado pelo professor Ricardo Henrique Ayres Alves. Constituindo-se como uma ação de extensão, a proposta também articula o âmbito do ensino, pois faz parte de uma ação curricular integrada, chamada de horizontalidade², envolvendo as disciplinas do primeiro e segundo semestre do curso, visando o exercício prático da produção cinematográfica.

Essas produções são entendidas pelo Plano Pedagógico Curricular do curso de Cinema de Animação da UFPEl como importantes elementos da formação dos estudantes pois, a cada semestre, existe um diálogo entre as disciplinas que tem por resultado a realização conjunta de um produto audiovisual, que também é um instrumento de avaliação dos referidos componentes curriculares. *Tarantula* foi uma destas produções, envolvendo a disciplina de Introdução ao Roteiro, do primeiro semestre, assim como Animação 2D, Desenho da Figura Humana e Imagem Digital 2 do segundo semestre.

A obra se baseia em uma operação homônima realizada pela Polícia Civil Estadual que ocorreu em 1987 na cidade de São Paulo.³ Em declaração à Folha de São Paulo, a instituição afirmou que tal ação buscava combater a epidemia de HIV/aids na cidade, tendo como objetivo a detenção de mulheres trans e travestis trabalhadoras sexuais em seus espaços históricos, as esquinas e encruzilhadas das grandes cidades (CAVALCANTI, 2018).

O roteiro e direção de Kali Breder, co-direção de Esther Costa, direção de animação de Ian Alves e Yasmin Sienna, direção de áudio de Jamie Grillo, montagem e finalização de Daniel Galuppo, design de personagem e *storyboard* de Náthely Santana, cenário de Mariana Yu e animação de Thyr Wyse, Cecília Alvarenga e Júlio Härter apresenta essas narrativas centralizadas em uma travesti que vai para seu local de trabalho cotidiano. Uma viatura aparece e formas antropomórficas saem do carro, depois se revelando simbolicamente como predadores, maldizentes e fascistas. Como o suposto intuito da operação era o combate ao HIV/aids, muitas pessoas tinham medo do contato com o sangue das pessoas vivendo com o vírus. Sabendo disso, ela se automutila, como uma forma de defesa diante da violência que sofre, procurando repelir os policiais.

¹ <https://vimeo.com/857027262/63f405c6fc?share=copy> Acesso em: 30 ago. 2023

² <https://wp.ufpel.edu.br/cinema/horizontalidade-5020/> Acesso em: 30 ago. 2023.

³ <https://averdade.org.br/2021/03/operacao-tarantula-policia-violentou-cerca-de-300-travestis-em-sao-paulo/> Acesso em: 30 ago. 2023

2. METODOLOGIA

A elaboração artística foi seguindo o processo tradicional de produção audiovisual em animação, setorizando as etapas por membros da equipe encarregados. No interior de cada etapa, foram pensadas as referências teóricas, históricas e artísticas que se encaixavam na proposta da obra, pensando o cinema a partir de diferentes autores (ARQUES, 2007; CARRIÉRE, 1994; METZ, 1980).

A roteirização foi pensada para trazer tensão, desconforto e aflição aos espectadores, utilizando-se de elementos de tensão visual, auditiva e simbólica. A proposta desde seu início foi trazer o ponto de vista da travesti para o espectador, os sentimentos de medo, raiva e desespero misturados em alguns instantes decisivos, fazendo com que o gênero cinematográfico visado fosse o terror.

Os encontros de orientação trouxeram para o grupo diversas manifestações artísticas e teóricas, reportagens e referências audiovisuais sobre a epidemia de HIV/aids e sobre *transvivências*. Buscar tais referências auxiliou a composição artística e simbólica da produção, permitindo a construção de uma narrativa que procurava transpor o clima da Operação Tarantula para o curta-metragem.

Os processos de *découpage*, *storyboard* e *animatic* foram estruturados a partir dos artifícios cinematográficos do terror para animação, com algumas referências práticas, explorando principalmente teorias sobre equilíbrio e tensão (OSTROWER, 1983). As reuniões semanais eram pautadas também pelo desejo de transpor aspectos das artes visuais estáticas para uma arte audiovisual em movimento. Assim, utilizamos planos em *plongée* diagonal, e outros rápidos e instáveis (BARCINSKI, 2015).

Na animação, foi utilizado o software *OpenToonz*, onde os diretores de animação determinavam os quadro-chave e os animadores realizavam os *in-between*. As cenas eram disponibilizadas no Drive do Google para cada animador conseguir acessar e disponibilizar seu progresso.

Para o cenário foi necessário uma pesquisa sobre as ruas da Grande São Paulo em que ocorreu a ação policial, que levou em conta a reflexão sobre suas similaridades para traçar um esboço e, posteriormente, reuni-lo com as referências artísticas e as escolhas de enquadramento.

O planejamento de coloração foi pensado a partir da ênfase no vermelho, uma simbologia ligada à violência e ao perigo. Alguns exemplos de sua utilização são o giroscópio da polícia, os olhos dos policiais e o sangue da vítima, elementos que contrastam com todos os outros, elaborados por sua vez em preto e branco.

No aspecto sonoro a estratégia para o desconforto foi trazer assobios suaves e ritmados e aos poucos aumentar a tensão com zunidos, ruídos, latidos, rosnadas, grunhidos e guinchos. Todos os elementos juntos constituem uma desordem sonora interrompida no final com um som cortante de lâmina que interrompe todas as outras sonoridades.

Na etapa de luz foram utilizados os tratamentos dos softwares *After Effects* e *Premiere* da *Adobe*, trazendo a sobreposição de elementos para a composição dos quadros e uma iluminação específica para cada sequência da narrativa. No momento em que os policiais saem da viatura, a luz vermelha do giroflex preenche todo o quadro, induzindo o desconforto a partir da intensidade de tal aspecto visual.

A montagem e a finalização foram pensadas a partir da intenção de valorizar e alongar os planos com o maior detalhamento, permitindo a melhor apreciação dos quadros e cenas mais delicadas.

Todo o processo foi acompanhado no intuito de se manter fiel ao roteiro e as narrativas não-ficcionais que o constituem. Por isso muitos ajustes foram feitos durante todo o processo, como mudanças para adequar melhor a narrativa às nossas habilidades e equipamentos disponíveis e elencados para a produção do trabalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O curta-metragem foi finalizado e avaliado em suas disciplinas e até o momento teve sua exibição apenas no circuito universitário da Universidade Federal de Pelotas. Essas exibições ocorreram na mostra dos cursos de Cinema que acontecem semestralmente no Cine UFPEL⁴, sala de cinema da universidade, e na primeira edição do Congresso dos Projetos Unificados do Centro de Artes da UFPEL, o UNIFICA⁵.

As exibições foram sempre em conjunto com outras obras dos cursos de Cinema ou até mesmo das outras graduações do Centro de Artes, o que permitiu o estabelecimento de relações com outras produções. Na mostra de cursos, *Tarantula* esteve presente em um bloco junto a outras animações de teor mais sério, trazendo discursos sobre diversidade, inclusão, saúde mental e feminismos. Já no UNIFICA, o fato de ser o único trabalho em animação exibido ressaltou sua singularidade.

Em alguns casos a recepção do público foi de surpresa diante de uma animação que trata de um tema como este, já que existe o imaginário de que a animação seria voltada apenas ao público infantil. Esse contato inesperado com um trabalho sobre a violência e a marginalização de um grupo social causa tal estranhamento. Além disso, nas conversas com o público foi comentado que a sinopse por si só gerava curiosidade e estranhamento sobre o curta-metragem por se tratar de uma animação. Diante desse retorno é possível afirmar que o trabalho causou impacto positivo nos espectadores, provocando as sensações pretendidas, contribuindo para a reflexão da violência da sociedade com a comunidade trans e travesti, chamando a atenção para as sobrevivências diárias destas mulheres marginalizadas.

4. CONCLUSÕES

Diferente da maioria dos curtas-metragem dos cursos de cinema da UFPEL, *Tarantula* buscou ir além de sua previsão como resultado de uma atividade de ensino, inscrevendo-se no campo da pesquisa para compor as referências teóricas e artísticas da comunidade trans e soropositiva da América-Latina.

Quando questionados individualmente, os componentes do grupo avaliaram sua realização enquanto uma experiência artística positiva e progressiva já que se trata da primeira animação da grande maioria, com algumas partes que poderiam ser melhoradas, mas que o resultado foi compensatório e satisfatório. Nesse

⁴ <https://wp.ufpel.edu.br/cinema/cineufpel/> Acesso em: 30 ago. 2023.

⁵ <https://wp.ufpel.edu.br/ca/unifica/> Acesso em: 30 ago. 2023.

sentido, é possível afirmar que o grupo de produção entendeu Tarantula enquanto um grande aprendizado no âmbito do processo cinematográfico e também como resgate histórico de um episódio histórico importante para as dissidências ao sistema de sexo/gênero.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARQUES, A. **Ideias em Movimento**. Produzindo e realizando filmes no Brasil. Rio de Janeiro:Rocco, 2007.

BARCINSKI, P. **A dialética narrativa do cinema de *montage* e de *découpage*** - das vanguardas do cinema mudo ao filme de suspense e terror contemporâneos. 2015. 100 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-15052017-155429/pt-br.php>. Acesso em: 30 ago. 2023.

CAVALCANTI, C., BARBOSA, R. B., BICALHO, P. P. G. Os Tentáculos da Tarântula: Abjeção e necropolítica em operações policiais a travestis no Brasil pós-redemocratização. **Psicologia: Ciência e Profissão**, 38 (n.spe.2), 175-191, 2018. <https://doi.org/10.1590/1982-3703000212043>.

CARRIÈRE, J. C. **A Linguagem Secreta do Cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

METZ, C.. **Linguagem e cinema**. São Paulo, Perspectiva 1980.

OSTROWER, F. **Criatividade e Processos de Criação**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1977. 187 p.

JORNALISMO E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA: O PAPEL DO JORNALISTA NAS MÍDIAS SOCIAIS DA PREC

EVERSON GABRIEL MESQUITA DA MARTHA¹; MATEUS SCHMECKEL MOTA²

¹Universidade Federal de Pelotas – eversondamartha@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – mateusmota.ufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC) é uma estrutura político institucional da UFPel, responsável pela proposição, desenvolvimento e avaliação da política de extensão e cultura da Universidade, devendo fomentar, acompanhar e avaliar as ações de extensão universitária e cultural registradas e aprovadas nos âmbitos competentes da Universidade.

Entenda-se, projetos de extensão são aqueles que vão além dos limites dos campi universitários, são o retorno para a sociedade de boa parte do que é desenvolvido na academia.

A PREC tem como finalidade articular a extensão com o ensino e a pesquisa desenvolvidos na UFPel, propondo e implantando mecanismos de incentivo à produção extensionista, estimulando as ações de intercâmbio e formação de recursos humanos e promovendo o diálogo e a integração da universidade com a sociedade.

Dentro do contexto das mídias sociais da PREC, há um trabalho jornalístico realizado por estudantes bolsistas do curso de jornalismo da universidade. Esse trabalho envolve a divulgação de eventos e ações promovidas pelos projetos de extensão, utilizando elementos audiovisuais e estratégias de comunicação, como a criação de cards e divulgações. Esses conteúdos são amplamente compartilhados principalmente por meio das redes sociais, como Facebook e Instagram.

Primeiramente, se considerarmos que as redes que estamos analisando são redes sociais, portanto, constituídas de atores sociais, com interesses, percepções, sentimentos e perspectivas, perceberemos que há uma conexão entre aquilo que alguém decide publicar na Internet e a visão de como seus amigos ou sua audiência na rede perceberá tal informação. (RECUERO, 2009, p. 117).

Um destes projetos que são chancelados pela pró-reitoria de extensão é o Desafio Pré-Universitário Popular, hoje Projeto Unificado estratégico da pró-reitoria, o projeto começou em 1993 com foco na alfabetização adulta.

Contudo, ao longo do tempo, o desafio se tornou um grande projeto de educação popular voltado à preparação de estudantes de baixa renda, oriundos de escolas públicas para o ingresso em instituição de ensino superior, todos os serviços oferecidos de forma gratuita.

A partir dessa perspectiva da relevância de um trabalho jornalístico para a comunidade, será abordado e discutido como e qual a importância do jornalismo para a divulgação de projetos nas mídias sociais da PREC, utilizando como exemplo o Projeto Desafio Pré-Universitário Popular.

2. METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido com base na atuação do autor como bolsista da Pró Reitoria de Extensão na área da divulgação, e enfatiza o Projeto Desafio Pré-Universitário Popular porque o mesmo foi destaque nas redes sociais da PREC, em sendo os posts que mais geram engajamento no Instagram, dado a importância que o projeto merece. Desta forma, o resumo apresentado tem por base os relatos do bolsista sobre a pró reitoria e o Projeto Desafio e como o estudante de jornalismo atua em projetos de Extensão Universitária, abordando as reflexões e observações de sujeitos que vivenciaram a experiência extensionista, destacando o material produzido pelo projeto como matérias jornalísticas e cards para redes sociais e etc.

Ao longo do ano de 2023, foi possível perceber a importância e do engajamento nas mídias sociais que o Projeto desafio Pré-Universitário Popular causa, as publicações sobre o projeto foram as mais vistas no perfil do Instagram da PREC, além disso o projeto foi destaque na mídia a nível estadual.

Para fazer essa análise se faz necessário uma compreensão do papel do jornalista enquanto agente no fomento das mídias sociais e que proveito que essa atividade traz para aos projetos e por consequência para a instituição.

Para tal, foi realizada uma análise do artigo “A produção de Conteúdo para Mídias Sociais Digitais e o Ensino de Jornalismo” procurando compreender a transformação da comunicação nas mídias sociais, principalmente o Instagram. A partir dessa análise, foi feita uma discussão sobre a importância e função do jornalismo no ambiente educacional e quais estratégias foram e ainda são usadas nas mídias sociais da PREC para a divulgação do desenvolvimento de projetos e eventos de extensão e cultura da universidade a fim de melhorar a comunicação entre os projetos, estudantes e a comunidade e tomando como exemplo o Projeto Desafio Pré-Universitário Popular.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao longo do período vigente da bolsa, algumas ações foram desenvolvidas, em relação às mídias sociais da PREC como confecção e cards, divulgação de ações dos projetos de extensão, divulgação de reportagens feitas sobre os projetos, é nesse ponto que o projeto Desafio Pré-Universitário Popular se sobressai em relação aos demais, em especial duas publicações do mês de março, que tiveram alcance acima da média.

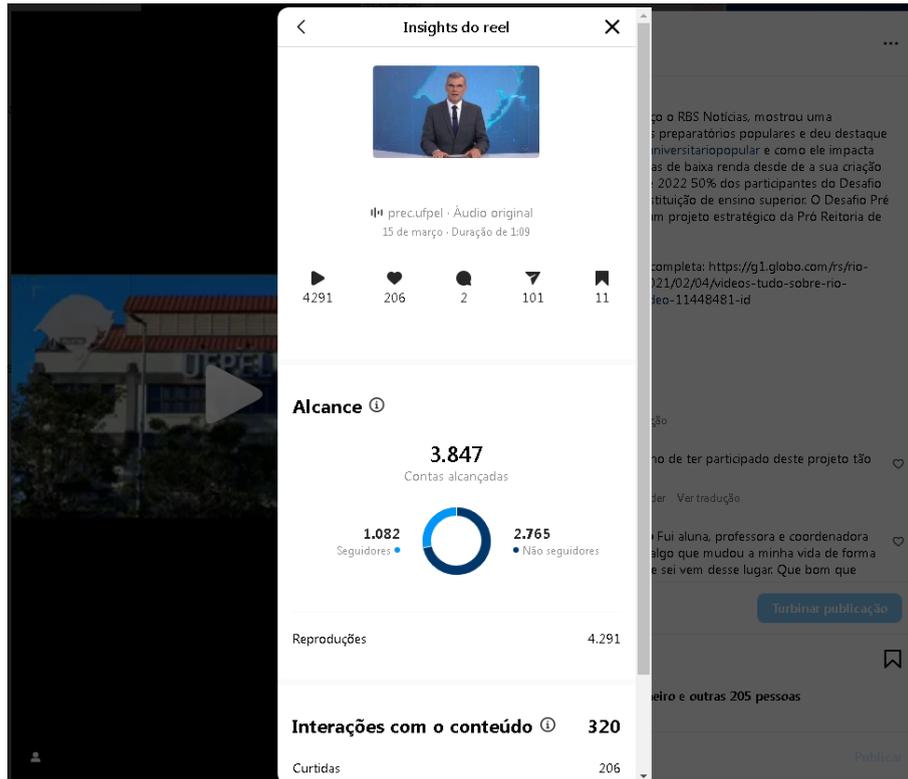


Imagem 1 - publicação feita em 15 de março com uma entrevista com a coordenadora do projeto, podendo ser vista em <https://globoplay.globo.com/v/11448481/>

A publicação em formato de reels um alcance incomum para as publicações do perfil da PREC, em média as publicações alcançaram 300 contas de alcance, porém esta conta alcançou 3847 contas e 320 contas com engajamento. A referida matéria foi destaque a nível estadual no jornal noturno da RBS TV, principal emissora de televisão do estado do Rio Grande do Sul.



Imagem 2 - Publicação feita em 20 de março com o nome e foto dos alunos aprovados em instituições de ensino superior

O card também teve um alcance incomum para as publicações do perfil da PREC, em média as publicações alcançaram 300 contas de alcance, porém esta conta alcançou 1178 contas e 127 contas com engajamento. o que mostra a importância do projeto enquanto proposta pedagógica e enquanto projeto estratégico da pró-reitoria.

4. CONCLUSÕES

Com a ampla disseminação das mídias sociais, o campo do jornalismo experimentou a necessidade de uma renovação e adaptação de suas práticas, visando a proporcionar informações acessíveis à comunidade. Nesse cenário, a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEl também teve que se ajustar e intensificar o uso das mídias sociais como uma ferramenta para estabelecer conexões com diversos públicos e divulgar projetos, impulsionando o engajamento de forma orgânica e expandindo seu alcance na comunidade acadêmica e para público em geral .

Nessa esteira o Projeto Desafio Pré-Universitário Popular, já tradicional na comunidade, acaba atraindo mais engajamento tanto nas redes da PREC, quanto da mídia tradicional, o que acaba por trazer mais engajamento para o perfil da pró-reitoria.

A Extensão Universitária desempenha um papel crucial na ligação entre a universidade e a comunidade. O jornalismo, por sua vez, emerge como um meio altamente eficaz para ampliar a disseminação desses conhecimentos, agindo como uma ponte essencial para encurtar a distância entre esses dois mundos.

Por fim, destaca-se a importância da atuação dos estudantes de jornalismo nos projetos de extensão. Faz-se necessário comunicar e divulgar o que é produzido pela Extensão Universitária, para que mais pessoas tenham conhecimento e possam usufruir das ações desenvolvidas pela PREC, como é o Desafio, ampliando assim os seus impactos e possibilidades de transformação social. Para tanto, é imprescindível o envolvimento de futuros jornalistas, estudantes que além de contribuir com os saberes específicos da área, vivenciam experiências que qualificam a sua formação profissional e cidadã.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BREDARIOLI, C. M. M. A Produção de Conteúdo para Mídias Sociais Digitais e o Ensino de Jornalismo. Intercom. São Paulo. 2016

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

CONECTANDO SABERES: A PONTE COMUNICACIONAL ENTRE A UNIVERSIDADE E A COMUNIDADE POR INTERMÉDIO DO PODCAST FRONTEIRAS

JHONE LUGÃO LIMA¹; EVELIN NASCIMENTO LIMA²;
DENISE MARCOS BUSSOLETTI³

¹Universidade Federal de Pelotas – jhone.lugao10@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – evelinlima.nasc@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – denisebussoletti@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Esta atividade é uma adaptação do projeto “Podcast Discentes no Divã”, e é dirigida para estudantes e coordenada pelos mesmos, onde os organizadores conversam com seus respectivos convidados, através do formato podcast. Um projeto feito para falar dos entrelugares, espaços fronteiriços da comunidade pelotense e da comunidade acadêmica da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) (BONINI, 2020; FLEISCHER & MOTA, 2021).

A proposta é de que muitos dos conflitos fronteiriços enfrentados pela comunidade local e estudantes, sejam debatidos no sentido do fortalecimento de uma formação crítica e cidadã, e que assim possam ser nesta perspectiva problematizados (REIS & RIBEIRO, 2021).

O projeto tem como objetivo contribuir para o fortalecimento da formação universitária crítica e cidadã dos estudantes, ouvintes e convidados, através do diálogo, onde se possa ecoar a diversidade de vivências, pensamentos, saberes e suas respectivas vozes, assim como gerar uma mídia acessível que está em constante expansão e consumo nos dias atuais (CARVALHO, 2016).

O projeto pretende-se, também, que esta atividade possibilite a produção de trabalhos acadêmicos e a sua apresentação tanto interna à universidade como em outros eventos acadêmicos em que a temática e trabalhos produzidos se demonstrem relevantes (CITOLIN et al., 2010).

2. METODOLOGIA

As atividades são realizadas através de entrevistas com convidados relevantes às temáticas propostas da temporada vigente, com periodicidade semestral (de 6 em 6 meses) (REIS & RIBEIRO, 2021). As entrevistas são fomentadas de acordo com uma pesquisa prévia do assunto de cada episódio e elaboradas em formato de roteiro, como na temporada do ano de 2022 (FLEISCHER & MOTA, 2021).

A divulgação das iniciativas do podcast se dará através da rede social Instagram do projeto (@podcastfronteiras), assim como recursos midiáticos disponíveis na Universidade, como o boletim eletrônico INFORMA, os sites oficiais da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) (CARVALHO, 2016) e

outros canais de comunicação da instituição. Além disso, serão utilizados recursos gráficos espalhados em pontos estratégicos, como lambe-lambe, folders, cartazes, entre outros (CITOLIN et al., 2010), a fim de promover a visibilidade do projeto e alcançar um público mais amplo, como a sociedade em um todo.

Essa abordagem visa garantir uma ampla divulgação das discussões e reflexões promovidas pelo podcast, além de estabelecer conexões com a comunidade acadêmica e a comunidade pelotense, contribuindo assim para o alcance dos objetivos de fortalecimento da formação crítica e cidadã dos envolvidos e para a produção de trabalhos acadêmicos relevantes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O início das atividades se deu com organização de uma oficina, dividida em dois dias de formação, intitulada “Como Criar Um Podcast: nível básico”, que foi realizada online, devido à pandemia de COVID 19. Com principal objetivo de capacitar os integrantes do projeto, e como objetivo secundário disponibilizar formação para comunidade da UFPEL e interessados externos, a oficina “Como Criar um Podcast”. Sendo a primeira formação sobre roteiro, essa ocorreu no dia 25 de maio, e foi ministrada pelo produtor cultural, podcaster e doutorando em Letras, André da Silva. A segunda formação foi sobre edição e ocorreu no dia 27 de maio, sendo ministrada pelo radialista da Federal FM, graduado em Ciências de Dados e graduando de Direito Felipe Couto.

A temporada de estreia do podcast realizada no ano de 2022 teve como eixo temático “As implicações do Período Pandêmico e Retorno ao Presencial”. É a partir desse eixo principal que surgiram as ramificações temáticas que guiarão cada novo episódio, trazendo consigo um protagonismo não unicamente do tema em si mas também para o convidado de cada episódio. Os episódios desta primeira temporada seguiram por abordar questões envolvendo a casa do estudante na pandemia (Episódio 01), a relação dos estudantes que precisaram trabalhar durante a pandemia com a universidade (Episódio 02) o cenário cultural da cidade de Pelotas (Episódio 03) e Saúde (Episódio 04).

Os resultados também foram impulsionados pela ampla divulgação do Podcast na internet, principalmente através da plataforma Instagram. Isso foi feito por meio de postagens, histórias e vídeos curtos. Além disso, uma abordagem criativa de intervenção urbana foi usada, onde pôsteres com QR Codes que redirecionavam para os episódios foram distribuídos tanto nos campus universitários quanto na cidade. A primeira temporada do “Podcast Fronteiras” foi lançada em 4 de novembro de 2022 e está integralmente disponível no Spotify, bem como de forma totalmente gratuita no YouTube.

Devido aos resultados satisfatórios alcançados com a primeira temporada do podcast, o grupo PET vê indícios da necessidade da realização de uma segunda temporada, que já se encontra em pleno desenvolvimento. Isso reflete o compromisso coletivo em manter a regularidade desse meio de comunicação,

cumprindo assim o objetivo de oferecer temporadas anuais que integre o conteúdo comunicacional com a aproximação e interações com a comunidade de ouvintes.

4. CONCLUSÕES

Em resumo, este projeto representa uma incrível inovação ao unir a comunidade acadêmica e a sociedade local por meio de um formato de podcast. Ao dar voz a questões fronteiriças e interlocais, o projeto promete uma perspectiva única para fortalecer a formação crítica e cidadã dos alunos e ouvintes. Além disso, proporciona um espaço inclusivo para diversidade de pontos de vista e conhecimentos, aproveitando o poder de uma mídia em constante crescimento. Com a oportunidade de produzir trabalhos acadêmicos e apresentá-los em eventos importantes, este projeto não apenas inova na comunicação, mas também na promoção do conhecimento e envolvimento comunitário de maneira significativa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 1, p. 03-04, 2020.

CARVALHO, Ana Amélia Amorim. Rentabilizar a Internet no Ensino Básico e Secundário: dos recursos e ferramentas online aos LMS. **Sísifo**, n. 3, p. 25-33, 2016.

CITOLIN, CRISTINA BOHN et al. UNIVERSIDADE E SOCIEDADE: DIÁLOGO E COMPROMISSO SOCIAL. p. 02-11, 2010.

FLEISCHER, Soraya Resende; MOTA, Julia Couto. Mundaréu: um podcast de Antropologia como uma ferramenta polivalente. p. 05-13, 2021.

REIS, Ana Isabel; RIBEIRO, Fábio. Os novos territórios do podcast. **Comunicação Pública**, v. 31, p. 6-9 2021.

EM PAUTA TV- A RELAÇÃO ENTRE A UNIVERSIDADE E A REGIÃO SUL DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

PEDRO HENRIQUE MACHADO BARCELOS¹; THAYLOR GABRIEL AMARILLO SOUZA²; MICHELE NEGRINI³; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – pbarcelos1904@gmail.com

²Universidade Federal de Peotas – gabrielbelfagger@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – mmnegrini@yahoo.com.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Aliado ao avanço tecnológico e o processo de aprendizado da população, o projeto TV UFPel Em Pauta é uma ação de extensão da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) que tem como propósito promover a interação entre a universidade e a região sul do estado do Rio Grande do Sul, por meio da produção e divulgação de reportagens telejornalísticas sobre assuntos de interesse social, cultural, político e econômico. O projeto do curso de Jornalismo da UFPel conta com a colaboração de estudantes bolsistas e voluntários, que exercem as funções de repórteres, produtores, editores e apresentadores, constituindo-se num laboratório de Televisão, auxiliando na aprendizagem e aprimorando o conhecimento, além de dar espaço aos futuros profissionais da comunicação.

O objetivo principal deste projeto de extensão é dar suporte na formação dos estudantes de Jornalismo, proporcionando-lhes a chance de experimentar na prática os conceitos e técnicas do telejornalismo, bem como aprimorar habilidades de pesquisa, planejamento, produção, edição e apresentação de reportagens para a televisão e dispositivos móveis através das redes sociais.

Segundo EMERIM E CAVENAGHI, 2017, as técnicas e rotinas se tornam um grande desafio por mexer com as “emoções” dos alunos, como a timidez ou o exibicionismo.

O presente projeto tem como objetivo analisar as características e os desafios do telejornalismo brasileiro na atualidade, considerando os aspectos históricos, sociais, políticos e culturais que influenciam a produção e a recepção das notícias audiovisuais. Para isso, o projeto se baseia a partir do estudo de NICOLAU, Paulo, Telejornalismo na prática: reportagem, texto, edição e apresentação (2015, p.16) que argumenta:

O repórter de TV é um contador de histórias que utiliza um meio de comunicação audiovisual. Uma história com começo, meio e fim sempre funciona. Para isso é bom que o jornalista, antes de começar a escrever o texto, tenha em mente o que vai dizer. Uma técnica é relacionar os tópicos que serão abordados na reportagem e criar uma estrutura narrativa. Trata-se de um roteirinho simples, que pode ser rabiscado num papel ou elaborado mentalmente. O repórter pensa como abrir a matéria, o lugar da passagem, em que ponto entram as sonoras e como o relato vai terminar. Sem organização, corre-se o risco de produzir uma trama

confusa, com informação fora de lugar, frases desnecessárias e omissão de tópicos importantes).

Após a pandemia do coronavírus (COVID 19) e a retomada do ensino presencial na universidade, o projeto segue uma linha de produção a partir da seleção dos temas das reportagens, com base em critérios de atualidade, relevância e interesse público da população da região sul do estado. Com informações de qualidade e relevância social, pesquisa sobre os temas escolhidos, elaboração das pautas, fontes, locais e roteiros das reportagens as produções das reportagens acontecem com sua devida gravação das entrevistas, imagens e sonoras, e assim a edição das reportagens são concluídas e divulgadas através do programa Em Pauta TV, através do canal do YouTube e suas redes sociais

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho é o método descritivo, que segundo Gil (2017), é usado para descrever uma população ou fenômeno. Diante disso, o fenômeno descrito é a produção dos telejornais universitários, chamados de Drops Em Pauta e os programas semelhantes aos grandes canais de televisão, sendo produzidos dentro do projeto de extensão Em Pauta TV. O processo de produção se inicia pelas reuniões de pauta uma vez por semana, organizadas através da plataforma WebConf, da própria universidade. As professoras responsáveis pelo projeto juntamente dos bolsistas orientam os alunos na escolha dos assuntos que serão abordados nos programas e das fontes entrevistadas. Ao final, é organizado um cronograma com as pautas que serão produzidas, a data das postagens e quais alunos serão responsáveis por cada tema e sua função durante a semana de acordo com os acontecimentos atuais da região sul. Os estudantes podem ser repórteres, cinegrafistas e editores dos programas, de acordo com sua preferência e necessidade da pauta.

A partir disso, os alunos começam a produção de cada Drops Em Pauta, sendo necessário escrever um roteiro, que se caracteriza por ser um documento que orienta a produção e a apresentação de um programa jornalístico na televisão. Ele contém as informações sobre o conteúdo, a forma e a ordem das notícias, reportagens, entrevistas e outros elementos que compõem o telejornal, que contém os textos e imagens que precisarão ser gravados, seguindo um modelo de pauta pré-definido, onde em uma folha é escrito detalhe por detalhe os passos que antecedem a produção, porém, é possível que aconteça alterações de acordo com a demanda dos repórteres.

Os roteiros são revisados pelas professoras, que sugerem alterações e melhorias, e, após serem aprovados, os alunos que se encarregam de ser repórteres entram em contato com as fontes e solicitam uma entrevista gravada em vídeo e se possível, os alunos vão até um local combinado e entrevistam as fontes pessoalmente. Além das entrevistas, os participantes do projeto também são responsáveis pelos demais conteúdos audiovisuais das matérias, que são em sua maioria gravados nos eventos presencialmente, pois o curso de Jornalismo disponibiliza câmeras, tripés e gravadores de áudio, que podem ser utilizados nas produções.

O programa se baseia nos grandes telejornais brasileiros, como o Jornal do Almoço, da emissora RBS TV. Ele conta com dois apresentadores, que são escolhidos através de uma seletiva, proposta pelas coordenadoras do projeto entre os alunos participantes, assim definindo uma dupla fixa para o semestre

vigente. Inicialmente, são apresentadas três pautas que irão ser desenvolvidas ao longo do programa, que vai ao ar quinzenalmente com cerca de 20 minutos de duração. A escolha das pautas que vão para o programa são previstas de acordo com acontecimentos marcantes do mês e assuntos relacionados a outros projetos de extensão e pesquisa referentes à Universidade.

A última etapa do processo de produção dos Drops Em Pauta e o programa é a de edição dos vídeos, que é realizada através de programas de computador disponibilizado para os alunos. Após a finalização, os programas são disponibilizados nas redes sociais Instagram¹ e Facebook² do projeto que semanalmente é abastecido de conteúdos da região sul do estado.

Esse tipo de realização, que divide os alunos participantes em funções durante diferentes etapas de produção¹ promove, de maneira interdisciplinar, política educacional, cultural, científica e tecnológica, a interação transformadora entre os estudantes e outros setores da sociedade, por meio da produção e da aplicação do conhecimento, em articulação permanente com o ensino e a pesquisa, referentes aos estudos do Telejornalismo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após a retomada das atividades presenciais na universidade, a tabela de produções e o melhoramento nas pautas tornou-se um dos principais atrativos do projeto. Segundo Farias (2016), o projeto de extensão é uma ferramenta valiosa para integrar os estudantes à sociedade, permitindo a criação de conhecimentos interdisciplinares. Ele enfatiza que esses projetos facilitam a troca de experiências e saberes entre professores, alunos e a comunidade. No caso do Em Pauta, os alunos atuam como mediadores entre a comunidade e o telejornalismo, permitindo que a comunidade compartilhe suas preocupações, desejos e culturas. Nesse cenário, os alunos se beneficiam enormemente desses conhecimentos, adquirindo uma vasta experiência para o mercado de trabalho. Ao proporcionar uma experiência semelhante a um ambiente de produção televisiva, o projeto permite que os alunos apliquem várias habilidades e assumam diferentes funções.

Até o momento, os Drops e Minutos Culturais somam mais de 270 produções, todas elas carregando a marca e digital dos alunos que passaram pelo curso de Jornalismo da UFPEL. Entre elas, algumas trazem alguns destaques especiais, como o caso do primeiro Drops gravado presencialmente após a pandemia: “UFPEL Abre as inscrições para curso gratuito de iniciação teatral”, no canal do Youtube³. O Drops sobre o “Aleitamento materno no Hospital Escola da UFPEL”, é enfatizado pelo número recorde de 66 mil acessos.

4. CONCLUSÕES

Ao produzir reportagens com seus estudantes, o projeto Em Pauta TV reafirma o papel da universidade ao informar o telespectador sobre assuntos e projetos relevantes, atendendo às expectativas da sociedade através de pautas de cunho educativo e social, para assim a comunidade se beneficiar por meio de

¹ Acesse a página do Instagram em: <https://www.instagram.com/empautaufpel>

² Acesse a página no Facebook em: <https://www.facebook.com/EmPautaUFPELwebtelejornalismo/>

³ <https://www.youtube.com/@EmPautaUFPEL>

informações, divulgações e interações com os membros da Universidade pública. Essa troca entre o projeto e a comunidade destaca o conceito de democracia que o jornalismo ajuda a concretizar, fornecendo informações precisas, transparentes e objetivas sobre o que está acontecendo no Brasil e no mundo.

Nesse sentido, o projeto contribui para a integridade da democracia, garantindo que as pessoas possam tomar decisões informadas e participar efetivamente da vida político-social. Além disso, até hoje, o projeto tem inserido diversos alunos no mercado de trabalho, estes que agora fazem parte de canais de TV como o Grupo RBS e a própria TV Globo. Alunos que participaram ativamente do Em Pauta, retornam com toda a sua experiência profissional, compartilhando com os alunos interessados em participar do projeto, a importância do Em Pauta para suas carreiras.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EMERIM, C; CAVENAGHI, B. O ensino de apresentação de telejornais: desafios e experiências da UFSC e do Ielusc. In: Anais do 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJOR. São Paulo: SBPJOR, 2017. v. 1. p. 1-15.

NICOLAU, P. Telejornalismo na prática: reportagem, texto, edição e apresentação - São Paulo: Limiar, 2015. p.16

GIL, A.C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 978-85-9701261-3.

HEINEN, P; VIANNA, P. A importância dos Projetos de Extensão na formação acadêmica. Rio de Janeiro, UFRJ, 2016.

RELATO EXTENSIONISTA: PROJETOS BIOTEC INVADE A ESCOLA E MURAL G BIOTEC EM TEMPOS DE DISTANCIAMENTO E MUNDO UFPEL

MAYARA YASMIN DA SILVA¹; CAMILA GARCIA DE SOUZA²; RAFAEL ANDRADE PIRES³; LUIZE SILVA MASCARENHAS⁴; LUCIANA BICCA DODE⁵

¹Universidade Federal de Pelotas — mayarayds22@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas — kaka.garcia.2010@outlook.com

³Universidade Federal de Pelotas — zeucleio@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas — luizemascarenhas@hotmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas — lucianabicca@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A indissociabilidade entre pesquisa, ensino e extensão é fundamental à formação universitária, permitindo que o discente se envolva em atividades além da instituição, compartilhando o conhecimento adquirido, gerando um impacto social importante e, a partir destes diálogos, gerar mais trocas de conhecimento (PIMENTEL et al., 2018; DE SOUZA et al., 2021). Devido à natureza do curso de graduação em Biotecnologia da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), a formação livre em pesquisa e extensão recebe grande destaque. A extensão, não menos importante que as demais, é uma categoria pouco explorada e valorizada. Contudo, as atividades extensionistas continuam sendo o principal contato entre a comunidade acadêmica e a sociedade, e seu potencial de transformação social é subestimado (PIMENTEL et al., 2018), e o pouco estímulo às atividades extensionistas pode impossibilitar que discentes descubram o interesse e por este forte alicerce da trílice acadêmica.

A formação acadêmica é um período único onde habilidades e competências são desenvolvidas e/ou aprimoradas, contribuindo para formação profissional responsável, cidadã e solidária (PIMENTEL et al., 2018). Assim, o diálogo entre a comunidade acadêmica a sociedade possibilita a discussão de temas de alta relevância social, como reciclagem e sustentabilidade.

Portanto, o objetivo deste trabalho é relatar minha percepção enquanto acadêmica e voluntária de iniciação à extensão universitária nas atividades dos projetos Biotecnologia Invade a Escola e Mural G-Biotec em Tempos de Distanciamento e o evento promovido pela Universidade o Mundo UFPEL 2023.

2. METODOLOGIA

Iniciado em 2021, ainda no período de distanciamento social imposto pela pandemia COVID-19, o projeto contempla diferentes ações (algumas já concluídas) tanto no formato remoto quanto presencial. Uma delas é a Agenda 2030 e os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), esta ação tem como intuito incorporar os 17 ODS na educação escolar de crianças e adolescentes do ensino fundamental, visando estimular o pensamento crítico a respeito da implementação dos ODS no Brasil, estimular o trabalho coletivo em busca de soluções para tornar o mundo melhor, incentivar práticas e ações sustentáveis, bem como, tornar os jovens alunos disseminadores de práticas sustentáveis.

A partir destes projetos, foi realizada uma visita à Escola Castro Alves, onde diversas atividades foram exercidas com os alunos do 6º ano. As pautas dessa ação foram baseadas em sustentabilidade, ODS e produção de microverdes. Na visita, a mediação das atividades foi feita pela professora e

orientadora do projeto, Luciana Dode, pela professora da escola, Luíze Mascarenhas, e pelas alunas extensionistas do projeto, Mayara Silva e Camila Souza.

A primeira atividade realizada com os alunos foi discutir o conceito de sustentabilidade e atitudes sustentáveis. Posteriormente, foram espalhadas pela mesa diversas plaquinhas que representavam cada um dos ODS, e deveriam ser escolhidas pelos alunos para que lessem para a turma e colocassem em uma caixinha. Por fim, foi debatido sobre a produção de microverdes e distribuídos aos alunos substratos e pacotinhos contendo sementes de microverdes, para plantarem em suas casas.

O Mundo UFPEL: de portas abertas para foi um evento realizado em 17 de junho de 2023, onde a Universidade abriu as portas à comunidade visando aproximar possíveis candidatos(as) a estudar na instituição. Neste dia, diversos prédios da UFPEL estiveram abertos à visita e os participantes tiveram a oportunidade de conhecer a estrutura e funcionamento da instituição, formas de ingresso, estrutura dos cursos e curiosidades a respeito dos cursos de graduação.

Os espaços de aulas da Pós-Graduação em Biotecnologia (PPGBiotec) e o laboratório de aulas práticas Watson e Crick do curso foram usados para as atividades. Na sala de aula foi reproduzido um vídeo sobre biotecnologia elaborado pelos alunos, sob orientação dos docentes. Já o laboratório foi dividido para a realização de diferentes atividades. Cada parte foi destinada a uma atividade prática: a primeira foi destinada à oficina de pipetagem, a segunda à extração de DNA e a terceira à biotecnologia forense.

Na oficina de pipetagem, foi ensinado aos alunos como utilizar corretamente diferentes tipos de pipetas (volumétrica com pipetador eletrônico ou pera e micropipetas). Então, os visitantes pipetaram líquidos coloridos (para tornar atividade mais lúdica e criativa, além de facilitar a visualização do líquido) e transferiram para um recipiente vazio. Para a extração de DNA de couve, alho, kiwi e cebola, um protocolo de extração de DNA caseira foi disponibilizado aos visitantes para execução da tarefa. Por fim, na terceira atividade, foi simulada uma cena de “crime”, onde foi investigado o ato de pipetar um certo líquido com a boca ao invés dos manipuladores de pipetagem. Para isso, foi projetado, para os visitantes, os resultados de uma corrida de eletroforese em gel de agarose de produtos de uma amplificação de DNA por PCR em tempo real dos suspeitos. Com base nessa imagem e no material disponível (pistas), os visitantes foram desafiados a descobrir quem era o culpado.

Ainda, um episódio de podcast foi desenvolvido pelos alunos do projeto para divulgação do curso de Biotecnologia para o Mundo UFPEL, onde foi abordado acerca da estrutura física e curricular do curso.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na visita à escola Castro Alves, pelos projetos Biotec Invade a Escola e Mural G Biotec, os alunos demonstraram interesse sobre as atividades e interagiram bastante. Durante a primeira atividade foi possível observar que eles já possuíam conhecimento em relação à sustentabilidade e ações sustentáveis, além de relatarem ações que exerciam diariamente sobre a temática. Esta participação e noção prévia dos alunos facilitou a comunicação acerca do tema e permitiu que muitas questões fossem abordadas.

Na segunda tarefa, cada aluno selecionou uma placa, onde estava descrito algum ODS, e leu para o restante da turma. Nesta atividade, eles foram

participativos discutindo acerca de suas vivências em relação a cada tema citado. Ainda, a professora e orientadora do projeto contribuíram com complementações, e em alguns momentos as extensionistas também, visando frisar a importância daquele Objetivo e como poderíamos, social e individualmente, contribuir para alcançá-lo. As placas e participantes das atividades podem ser visualizada na Figura 1.



FIGURA 1. Professora e alunos participantes da visita junto às colaboradoras e coordenadora do projeto. Na imagem no canto superior direito, é possível visualizar a atividade com placas dos 17 ODS. Fonte: Instagram da Escola Castro Alves (@escolacastroalvespelotas).

Além disso, a atividade sobre o plantio de microverdes, cujo objetivo é aproximar a comunidade escolar de sistemas sustentáveis para produção de alimentos, discutindo a biologia das plantas, saúde e bem e estar, pareceu provocá-los. Alguns alunos comentaram sobre atividades semelhantes realizadas por seus pais/avós, e que gostariam de iniciar o cultivo com o auxílio deles.

Por fim, o final da visita, cada aluno escreveu um bilhete com sua opinião em relação à atividade, onde a maioria das mensagens foi positivas, com demonstração de carinho e que gostariam de novas visitas do projeto.

No projeto mundo UFPEL, os visitantes participaram ativamente das atividades de pipetagem, extração de DNA e análise de uma corrida de gel de agarose propostas. Na oficina de pipetagem, além das cores chamativas das soluções, o próprio ato de pipetar foi atrativo. Durante a atividade, em um primeiro momento, eles demonstraram certa dificuldade, porém à medida que foram repetindo a prática conseguiram melhorar.

Na extração de DNA e análise da corrida eletroforética em gel de agarose, a medida que a atividade foi realizada, com o auxílio de um aluno de graduação participante do projeto, foi possível explicar os princípios básicos da técnica do ponto de vista biotecnológico. A execução da atividade de extração do DNA por parte dos visitantes, principalmente os formandos de ensino médio, teve como principal objetivo despertar o interesse pela área naqueles que não a conheciam ou ainda não sabiam sobre possíveis atuações, e aproximar os mesmos de atividades cotidianas do curso. Algumas extrações realizadas podem ser visualizadas na figura 2.

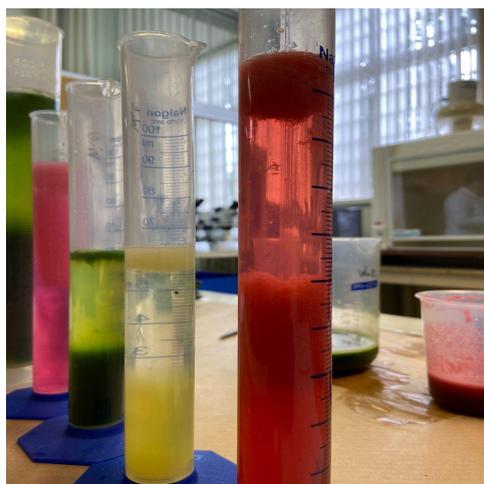


FIGURA 2. Extração de DNA. Na primeira proveta é possível observar uma solução vermelha que é correspondente à extração de DNA da cebola. Fonte: acervo pessoal.

Neste evento, alguns alunos extensionistas abordaram visitantes do campus visando convidá-los a visitar os prédios e saber mais sobre o curso de Biotecnologia. Esta atividade apresentou-se como um desafio, visto que a primeira ação seria de informá-los sobre o curso, atividades e causar interesse e curiosidade pela área, visto que, apesar de ser amplamente multidisciplinar e ter a possibilidade de atuar vários campos, a Biotecnologia ainda não possui tanto reconhecimento e muitas vezes provoca estranheza.

Já o podcast, produzido por extensionistas da graduação do curso, tinha como objetivo apresentar à sociedade a divisão das disciplinas e como é a estrutura do prédio de Biotecnologia da UFPEL, bem como, explicar noções básicas sobre a Biotecnologia. Assim como o “recrutamento” de visitantes aos prédios, esta atividade foi desafiadora, pois traduzir de forma didática e interessante é um ato complexo em diferentes áreas em relação à extensão universitária. Portanto, mesmo sem a divulgação do episódio pelo evento, o seu desenvolvimento foi construtivo.

4. CONCLUSÕES

Com intuito de aproximar a academia com a comunidade externa, podemos concluir que a demonstração das atividades do curso de Biotecnologia da UFPEL nas escolas foi positiva, obtendo boa aderência, interação e expectativa de continuidade. As oficinas e demonstrações de assuntos relevantes, não só da biotecnologia, incentivam que mais pessoas conheçam e tenham incentivo em ingressar na universidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE SOUSA, C. C. et al. Difundindo a Biotecnologia na sociedade: Relato de experiência extensionista no contexto da pandemia da COVID-19. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, v. 12, n. 3, p. 311-320, set. 2021.

PIMENTEL, F. S. C et al. AÇÕES DE EXTENSÃO NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: A experiência de implementação numa universidade pública. **EmRede - Revista de Educação A Distância**, [S. L.], v. 5, n. 3, p. 641-655, mar. 2018.

O PROJETO DE EXTENSÃO WEB SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO GEOTER: A COMUNICAÇÃO COMO IMPORTANTE FERRAMENTA DE INTEGRAÇÃO.

RYAN MENDES DOS SANTOS¹; SAMUEL JESUS CABRAL²; MATEUS CABREIRA MAZULLO³, TIARAJU SALINI DUARTE⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – ryanmendesdossantos25@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – samuel.gts10@gmail.com

³Universidade Federal de Rio Grande do Sul - mazullomateus@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – tiaraju.ufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Projeto de Extensão denominado " Web Site e Mídias sociais do Grupo de Pesquisa Geografia Política, Geopolítica e Territorialidades - GEOTER " tem o objetivo de divulgar a comunidade acadêmica e não acadêmica o acesso a informações sobre atividades de pesquisa, ensino e extensão desenvolvidas no Grupo de Pesquisa: "Geografia Política, Geopolítica e Territorialidades". O grupo disponibiliza à comunidade, através dos meios de comunicação digital, acesso aos artigos publicados pelos integrantes em anais de eventos, revistas científicas.

Além disso, ressalta-se que o GEOTER possui mídias sociais ativas, com significativo acesso e engajamento em suas publicações. A busca pela integração entre universidade e a comunidade faz-se principalmente por meio das redes sociais, espaço amplo de diálogos entre as mais diversas matrizes do saber. As informações são abertas à comunidade, ou seja, qualquer pessoa com interesse nas temáticas do grupo tem a oportunidade de interagir e participar de forma mais incisiva nas atividades desenvolvidas.

Outra contribuição deste projeto é o desenvolvimento do processo reflexivo de ordem técnico-científica, é a partir da divulgação das pesquisas que pode-se não só demonstrar efetivamente a importância da Universidade (no âmbito do desenvolvimento local e regional), mas, também, possibilita aos atores sociais a apropriação das discussões teóricas e conceituais. Destaca-se que o projeto possibilita ainda a integração entre a graduação e a pós-graduação ao fomentar a difusão de saberes em ambos os níveis.

Como observado por SOARES et al. (2020), as mídias sociais têm capacidade de levar conhecimento para a população. Com a internet estando mais acessível, fica também cada vez mais fácil encontrar informações errôneas, sem embasamento científico. Nesse sentido, o presente resumo busca demonstrar o papel das mídias sociais enquanto ferramenta de divulgação dos trabalhos científicos desenvolvidos pela Universidade. Destaca-se também as dinâmicas utilizadas pelo grupo na construção desta ponte entre a comunidade e a Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), as quais promovem um processo de reflexão crítica sobre as mais diversas estruturas sociais.

2. METODOLOGIA

Tendo em vista o objetivo do projeto em divulgar a comunidade acadêmica e não acadêmica o acesso a informações sobre atividades de pesquisa, ensino e

extensão desenvolvidas no Grupo de Pesquisa: "Geografia Política, Geopolítica e Territorialidades", utiliza-se uma sintonização entre as redes sociais Facebook e Instagram, o que possibilita maiores alcances nas publicações. O projeto publica semanalmente informações sobre eventos, calendários de atividades e encontros e informações gerais dos participantes (currículo, objetos de pesquisa etc).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A prática da extensão universitária torna-se uma ponte essencial entre a comunidade e a universidade, sendo "no contexto que envolve as funções da Universidade, a extensão poderá contribuir, em muito, para sua nova perspectiva de colocação de seus trabalhos a serviço dos interesses da grande maioria da população" (RODRIGUES; PRATA, 2013, p. 142). Ainda, conforme ressalta Rocha (2007), observa-se:

A relação da universidade com a comunidade se fortalece pela Extensão Universitária, ao proporcionar diálogo entre as partes e a possibilidade de desenvolver ações sócio-educativas que priorizam a superação das condições de desigualdade e exclusão ainda existentes. E, na medida em que socializa e disponibiliza seu conhecimento, tem a oportunidade de exercer e efetivar o compromisso com a melhoria da qualidade de vida dos cidadãos. (ROCHA 2007, p. 27).

Visto a importância da relação entre a comunidade e a universidade no contexto da produção do conhecimento científico e, no desenvolvimento das questões universitárias voltadas para a população, apresentamos alguns resultados do projeto, exposto através das plataformas: Facebook, Instagram e Website. No ano de 2019 tivemos encontros realizados presencialmente e no ano de 2020 e 2021 e no primeiro semestre de 2022, devido a situação criada pela pandemia do Sars-Cov-2, foram realizadas reuniões online, após o período pandêmico no ano de 2023 o grupo voltou ao formato presencial, com reuniões semanais.

3.1 A página do Facebook (<https://www.facebook.com/GeoTerUFPEL>).

A página do Facebook do GEOTER foi criada no ano de 2018, com o objetivo de integrar informações referente a datas, encontros e eventos científicos do grupo de pesquisa. À medida em que houveram maiores interações a partir do ano de 2019 e 2020, a página incorporou um caráter fundamental na propagação do conhecimento produzido no grupo. A pandemia da COVID-19 corroborou ainda mais para o sucesso desse meio de comunicação, no ano de 2023 no mês de agosto a página foi curtida por 538, como podemos visualizar (Figura 01). Figura 01: Dados de interação na página do Facebook.

Outro aspecto desses dados refere-se à idade das pessoas que interagiram com as publicações, com alcance em todas as faixas etárias, destacando-se as pessoas entre 25 a 34 anos. O gênero predominante é o feminino, cerca de 60% são mulheres.

3.2 A mídia social - Instagram (<https://www.instagram.com/geoterufpel/>).

A página no Instagram do GEOTER, criada no ano de 2021, em setembro de 2023, conta com 212 seguidores, sendo fruto do projeto de extensão. Além das centenas de interações por meio dos stories e publicações compartilhadas. Todas as atividades do grupo passam por essas redes sociais, dinamizando o alcance das informações produzidas (Figura 02 e 03). Figura 02: Alcance e o tipo de conteúdo da página do Instagram.

Figura 02: Alcance e o tipo de conteúdo da página do Instagram.



Fonte: Instagram, 2023.Organizado pelos autores

Figura 03: As interações gerais do Instagram de alcance, engajamento e seguidores.



Fonte: Instagram, 2023.Organizado pelos autores

A página do GEOTER obteve uma estabilidade de contas alcançadas, atingindo 148 pessoas nos últimos 90 meses. Seu engajamento com essas contas foi de -88% visto que a página se manteve em seu nível de interação e o

crescimento de seguidores da página foi 4,9% em comparação com os anos anteriores.

3.3 O Website (<https://wp.ufpel.edu.br/geoter/>).

O Site pode ser considerado o maior e o mais completo banco de dados do GEOTER. Está vinculado ao domínio de Sites da UFPel e exibe toda a história do grupo, desde publicações até a atualização das notícias pertinentes às temáticas de pesquisa. Na aba de projetos, é possível identificar os objetivos e as atividades dos projetos de ensino, pesquisa e extensão. De maneira semelhante, todas as publicações em eventos (artigos, resumos, notas) são dispostas no site e atualizadas semanalmente, possibilitando a visualização na íntegra dos conteúdos desenvolvidos. Por fim, são dispostos no site as informações acadêmicas dos participantes, tais como lattes e objetos de pesquisa.

4. CONCLUSÕES

O projeto de extensão " Web Site e Mídias sociais do Grupo de Pesquisa Geografia Política, Geopolítica e Territorialidades - GEOTER " demonstra a importância da divulgação das ações acadêmicas para a sociedade e para os próprios integrantes do grupo. Isso fica evidente através da interação da população nas publicações das redes sociais..

O projeto possui então como possibilidade de inovação, o fomento à produção científica, formando possibilidades para solucionar problemas relacionados ao município de Pelotas e ao Brasil. A apropriação das informações pelos participantes e comunidade de maneira geral é um dos objetivos alcançados pelo projeto de extensão. Todas as interações foram importantes, no sentido de estimular e compartilhar conteúdos científicos e proporcionar canais de comunicação com a sociedade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SOARES, L.C. et al. **Utilização das mídias sociais para educação em saúde** pela LAPFITO: do instagram a oficinas de saúde e a interação entre academia e comunidade. In: 4º SEMINÁRIO DE TÉCNOLOGIAS APLICADAS EM EDUCAÇÃO E SAÚDE, Salvador, 2019, Anais do 4º Seminário de técnicas em educação e

ROCHA, Leliane Aparecida Castro. **Projetos Interdisciplinares de Extensão Universitária: ações transformadoras**, Mogi das Cruzes: UBC, 2007. 84 f. Dissertação (mestrado) Universidade Braz Cubas. Programa de Pós Graduação em Semiótica, Tecnologias de Informação e Educação. Mogi das Cruzes SP. Disponível em: . Acesso em: 28/09/2020.

RODRIGUES, A. L. L.; DO AMARAL COSTA; C. L. N.; PRATA, M. S.; BATALHA, T. B. S.; NETO, I. D. F. P. Contribuições da extensão universitária na sociedade. **Cadernos de Graduação** – Ciências Humanas e Sociais - UNIT, v.1, n.16, p.141-148, 2013.

O CAMPO DE PÚBLICAS E A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTOS: OS USOS DA REDE SOCIAL *INSTAGRAM* NAS AÇÕES EXTENSIONISTAS

ANA CAROLINA PIRES CLEMENTE¹; BRUNA OSTERBERG²; RAISSA MADRUGA TELLES³; MARI CRISTINA DE FREITAS FAGUNDES⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – aclementep@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – brunaosterberg@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – raissa.smma@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – maricris.ff@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

As redes sociais têm se tornado cada vez mais presentes no cotidiano da população, seja para acessar informações confiáveis, seja para distração e, inclusive, propagação de notícias falsas e discursos de ódio (TRINDADE, 2022). Para além dos usos que se faz das mídias, é inegável a sua presença na vida de diferentes faixas etárias, territórios, gênero, raças e classes sociais. Olhando para a realidade brasileira, são inúmeras as desigualdades que afetam o cotidiano da população. Consequentemente, os usos e acessos às redes sociais também são desiguais. Por outro lado, dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) revelam que em 2021, o número de domicílios com acesso à internet no Brasil chegou a 90,0% (IBGE, online). Ademais, o Brasil é o terceiro maior consumidor de mídia social do mundo (COMSCORE, 2023).

É neste contexto que o Projeto de Extensão Gestão Pública na Rede, coordenado pela Prof^a. Dr^a. Mari Cristina de Freitas Fagundes, passou a desenvolver suas atividades, tendo como *locus* de atuação a rede social Instagram. O projeto teve início em julho de 2022 e passou a atuar na referida rede social em abril de 2023, sob o perfil @gestaopublicanarede. A proposta que alicerça a sua atuação consiste na produção e divulgação de conteúdos produzidos por discentes e docentes, envolvendo temáticas afins ao Campo de Públicas, tais como: eleições, direitos humanos, democracia, relações étnico-raciais, cidadania, políticas públicas, relações internacionais entre outras temáticas. Por meio do compartilhamento de conhecimentos, busca-se alcançar o maior número de pessoas de diferentes realidades, através de conteúdos produzidos academicamente e que podem ser divulgados de forma objetiva e com uma linguagem acessível.

O projeto conta com duas modalidades de divulgação de conteúdos: uma na própria rede social Instagram, a partir da publicação de cards no formato carrossel ou reels, onde conteúdos semanais formam a pauta das publicações, as quais ocorrem duas vezes por semana (terças e quintas-feiras), sempre em horário previamente ajustado pela equipe do projeto. Os assuntos produzidos neste formato são concisos, uma vez que a finalidade é captar a atenção para a temática divulgada sem, necessariamente, aprofundá-la. Em um segundo momento, em parceria com o Projeto de Extensão Coisa Pública - O blog da Gestão Pública (Online), coordenado pelo Prof. Dr. Daniel Lena Marchiori Neto, realiza-se a publicação de ensaios acadêmicos versando sobre o conteúdo publicado no perfil @gestaopublicanarede.

Através desses dois momentos, se torna possível produzir um conteúdo que capte a atenção das/os usuárias/os do Instagram e, ao mesmo tempo, possibilite um maior aprofundamento sobre a temática, à medida em que o blog é acessado,

o qual contém ensaios acadêmicos com maior profundidade sobre a temática abordada.

No próprio perfil do Instagram, fica disponível o link para que o público acesse as referidas páginas, assim como conheça os diferentes cursos que formam os Centro de Ciências Socio-Organizacionais e as atividades desenvolvidas nas respectivas áreas. Acredita-se que esta é uma maneira de aproximar a comunidade das discussões realizadas no âmbito acadêmico, por vezes distantes de parte da população.

Assim, as ações do projeto visam o compartilhamento de conhecimentos, uma vez que a página é de acesso aberto ao público. Além disso, incentiva-se a interação com os conteúdos, sejam aqueles postados no *feed*, sejam aqueles divulgados no *story* da página, como será pontuado a seguir. Assim, compreende-se que a produção científica necessita ser produzida para além do ambiente acadêmico, aprendendo com as interações sociais e reinventando seus modos de produção.

Importante sinalizar, que a extensão universitária é caracterizada por expandir o que chamamos de conhecimento científico para além do ambiente acadêmico e assim, se relacionar com outros saberes, confrontando as diferentes realidades que formam a sociedade, com objetivo de construir conhecimentos mais plurais. Nesse sentido, “a extensão é o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre a Universidade e a sociedade.” (PREC,online).

Registra-se que o Instagram é uma das plataformas de Mídia Social onde os brasileiros, usuários de mídia, dedicam mais tempo de interação: a média de tempo calculada em horas, por usuário, no mês é de, aproximadamente, 14h (COMSCORE, 2023). Além disso, é a terceira rede social mais utilizada em 2023 (VOLPATO, 2023). O aplicativo dispõe de ferramentas que nos permitem não só a divulgação de conteúdo, mas também, a partir das suas próprias métricas, mensurar dados importantes em relação ao alcance da página Gestão Pública na Rede (@gestaopublicanarede). Este material abrange o conhecimento sobre as principais cidades, faixas etárias e gênero que estão acessando o conteúdo produzido, e nos permite o conhecimento do perfil do público que alcançamos.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada no projeto consiste na produção, revisão e editoração de conteúdos produzidos pela equipe - hoje conta com quatro participantes voluntárias e uma bolsista remunerada, de diferentes cursos de graduação da UFPel -, assim como conteúdos produzidos pelos estudantes em diferentes disciplinas, ministradas pela coordenadora do Projeto. Todos os conteúdos publicados recebem os créditos daqueles e daquelas que os produziram, construindo o portfólio do projeto.

No que tange a organização da equipe do Projeto de Extensão Gestão Pública na Rede, além das reuniões quinzenais, as produções ocorrem por meio da plataforma Canva, utilizando-se materiais de acesso livre e gratuito; a plataforma Trello, onde ocorrem as distribuições de tarefas entre a equipe, bem como as atividades a serem revisadas e desenvolvidas, com prazos previamente estipulados. Todos os conteúdos postados semanalmente na rede social, são compostos de ensaio acadêmico, produzidos por meio de pesquisas bibliográficas (GIL, 2002). Além das referidas plataformas, utiliza-se como espaço de

compartilhamento e armazenamento de dados o google drive e o WhatsApp como ferramenta de comunicação diária e célere.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como vimos pontuando ao longo do texto, a rede social Instagram é uma das plataformas mais acessadas pelos brasileiros. Logo, como nossa proposta é o compartilhamento de conhecimentos e a respectiva interação por parte dos usuários dessa rede, quanto mais acessos tivermos, mais potentes se tornam as produções e publicações. Além disso, à medida em que conhecemos o público que interage com as ações da página, novas propostas de interação podem ser produzidas. Aqui divulgaremos alguns dos resultados obtidos através da análise da ferramenta *Contas Alcançadas*, que se refere ao número de contas únicas que viram o conteúdo publicado pelo menos uma vez. O conteúdo inclui publicações, stories, vídeos do Reels, vídeos e vídeos ao vivo.

No período de 22 de agosto a 20 de setembro de 2023 foram 746 contas alcançadas, destas, 71,7% são contas de pessoas do gênero feminino e 28,2% do gênero masculino; 60% dessas contas são da cidade de Pelotas, seguido de Rio Grande (5,1%), Porto Alegre (3,2%) e Santa Maria (2,5%). Quanto à faixa etária, 36,9% das pessoas que acessaram a página possuem entre 18 a 24 anos, 36,9% possuem de 25 a 34 anos, 15,3% possuem de 35 a 44 anos e 5,8% possuem de 45 a 54 anos.

A página @gestaopublicanarede possui atualmente 184 seguidores e no referido período, a equipe do projeto conseguiu realizar 7 postagens (post) cuja média de alcance foi calculada em 105 pessoas por post. O conteúdo das postagens e o número de contas que cada uma alcançou separadamente são os seguintes: Sobre mulheres que transformaram a história da gestão pública: 127 contas alcançadas; sobre a Semana Integrada de Inovação, Ensino, Pesquisa e Extensão promovida pela UFPel: 112 contas alcançadas; sobre a Lei Maria da Penha e o combate a violência doméstica: 111 contas alcançadas; sobre 5 conquistas das mulheres no serviço público: 106 contas alcançadas; sobre a Política dos 3 R's: 97 contas alcançadas; sobre o efeito das políticas públicas no descarte de lixo: 96 contas alcançadas; sobre as contribuições da Lei Maria da Penha para o combate a violência no Brasil: 89 contas alcançadas;

Diante dos dados levantados, é possível identificar que a maior parte dos usuários são jovens, do sexo feminino e residentes em Pelotas/RS. Percebe-se que as postagens versando sobre a agenda de gênero em diferentes áreas, foram os conteúdos que mais tiveram acesso no período em análise. É importante fazer esse registro, tendo em vista que a atuação de mulheres no Campo de Públicas ainda é uma temática que requer atenção, precisamente, quando trabalhamos com o viés político/institucional. Ademais, nota-se que mesmo com número reduzido de seguidoras, o projeto tem conseguido manter a periodicidade de publicações, recebido mais interações nos seus posts e compartilhamento dos materiais.

Trata-se de um projeto com recente atuação nas mídias sociais, mas, desde já, é possível identificar que sua produção vem alcançando um significativo número de atores sociais, dialogando com os pilares extensionistas, fortalecendo a formação e atuação da equipe de estudantes que vem atuando ativamente no projeto, assim como daqueles e daquelas que têm seus conteúdos acadêmicos

divulgados no portfólio do projeto, valorizando o conhecimento produzido em sala de aula.

4. CONCLUSÕES

Como pontuado ao longo deste texto, as redes sociais têm se tornado algo presente no cotidiano da população. Assim, entendemos que a produção e compartilhamento de conhecimentos pode se valer dessa ferramenta para capilarizar conteúdos produzidos em sala de aula. Nos aproximando dos pilares extensionistas, entendemos que para uma formação sólida, é fundamental que haja a intersecção de saberes produzidos no âmbito universitário e fora dele, havendo um cruzamento contínuo de discussões.

Assim, o Projeto de Extensão Gestão Pública na Rede, vem trabalhando com métricas e produções de conteúdos com linguagem acessível e interativa, a fim de aproximar a comunidade em geral dos assuntos tratados dentro dos muros acadêmicos, assim como fortalecer os conhecimentos apreendidos em sala de aula, por meio da interação que a conta @gestaopublicanarede recebe, causando rupturas a tradicional ideia de que conhecimento se produz apenas em sala de aula e que deve ser “levado” para outros espaços. Aqui, entende-se que o conhecimento é produzido de diferentes formas e em diferentes lugares, podendo as redes sociais ser um desses *locus*, proporcionando estratégias digitais de aprender e ensinar.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- IBGE. **Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021**. Online. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acessado em: 20 de setembro de 2023.
- PREC. **Pró-Reitoria de Extensão e Cultural**. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/prec/sobre-a-prec/>. Acesso em: 21 de set. de 2023.
- COISA PÚBLICA. **Blog de Gestão Pública na UFPel**. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/coisapublica/>. Acesso em: 22 de set. de 2023.
- COMSCORE. **Tendências de Social Media 2023**. Online. Disponível em: <file://Tendências-de-Social-Media-2023-1.pdf>. Acesso em: 21 de set. de 2023.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. 2002. São Paulo: Atlas.
- TRINDADE, Luiz Valério. **Discurso de ódio nas redes sociais**. Editora Jandaíra, 2022.
- VOLPATO, Bruno. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais**. Online, 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acessado em: 20 de setembro de 2023.



VIVENCIAS e SABERES de UMA GRUPO

9ª SIEPE

SEMANA INTEGRADA
UFPEL 2023



PR
Pró-Reitoria de
EC
Extensão e Cultura

▶ INOVAÇÃO ▶ ENSINO ▶ PESQUISA ▶ EXTENSÃO