



PR
Pró-Reitoria de
EC
Extensão e Cultura



8ª SIIPE
SEMANA INTEGRADA
UFPEL 2022

▶ INOVAÇÃO ▶ ENSINO ▶ PESQUISA ▶ EXTENSÃO



Anais do IX Congresso de **Extensão e Cultura** da UFPEl





ORGANIZAÇÃO

Comissão Organizadora

Ana Carolina Oliveira Nogueira
Cátia Aparecida Leite da Silva
Daniela da Silva Pieper
Eleonora Campos da Motta Santos
Eraldo dos Santos Pinheiro
Gustavo Dias Ferreira
Leticia Silva Dutra Zimmermann
Mateus Schmeckel Mota
Nádia Najára Krüger Alves
Paula Garcia Lima
Raquel Silveira Rita Dias
Terena Souza da Silva

Organizadores dos Anais

Eraldo dos Santos Pinheiro
Mateus Schmeckel Mota
Paula Garcia Lima

Design Editorial

Júlia de Lima Valadão

Equipe de Apoio

Aise Daniela Boeno Gomes
Ana Laura Hennicka
Beatriz Campos da Motta Santos
Bruna Zacaria Vilella
Débora da Silva Mendes
Erica Hartwig Frank
Everson Gabriel Mesquita da Martha
Everton Iberse
Gabriella Militao Cazarotti
Isabelli da Silva Vieira Marques
Izabella Camila Domingos Santos
Júlia De Lima Valadão
Julia Moreira Rodrigues Dos Santos
Karina Badia Fonseca
Lucas Bezerra Furtado
Maria Carolina Gomes Silva e Silva
Roberta Locateli Ramirez

Sandro Luis Duarte Mesquita
Sara Silveira Volcan
Tainá Ferreira Cardoso
Tiffani Gomes Cardozo
Vitor de Moraes Kickhofel

Debatedores

Adriana Gonçalves da Silva Manetti
Adriana Schuler Cavalli
Alexandra Gonçalves Dias
Alexandre Emidio Ribeiro Silva
Aline Joana R. W. Alves dos Santos
Ana Carolina Oliveira Nogueira
Ana da Rosa Bandeira
Ana Laura Sica Cruzeiro Szortyka
Ana Paula de Lima Escobal
Andréa Lacerda Bachettini
Andréa Souza Castro
Anne y Castro Marques
Annelise Costa Montone
Antonia Espindola Longoni Klee
Aristeu Elisandro Machado Lopes
Bruna da Rosa Curcio
Bruno Rotta Almeida
Camile Urban
Carla de Andrade Hartwig
Carolina Gomes Nogueira
Caroline de Leon Linck
Caroline de Oliveira Langlois
Caroline Scherer
Caroline Terra de Oliveira
César Augusto Otero Vaghetti
Claiton Leoneti Lencina
Cláudia Fernanda Lemons de Silva
Cristiano Agra Iserhard
Cristina Braga Xavier
Cyntia Barbosa Oliveira
Dalila Müller
Daniel Lena Marchiori Neto
Daniela da Silva Pieper
Daniela Silva Agendes
Daniela Stevanin Hoffmann
Danielle de Almeida Bressiani



ORGANIZAÇÃO

Diego Lemos Ribeiro
Diogo La Rosa Novo
Diuliana Leandro
Douglas Ferreira dos Santos
Douver Michelin
Eder João Lenardão
Eduardo Merino
Erika da Silva Ferreira
Ezilmara Leonor Rolim de Sousa
Fabiane Tejada da Silveira
Forlan La Rosa Almeida
Francine Novack Victoria
Francisco dos Santos Kieling
Gabriela Cavalheiro Rodrighiero
Giana de Paula Cognato
Gilson Simões Porciuncula
Giovana Duzzo Gamaro
Giselle Molon Cecchini
Gustavo Dias Ferreira
Helenara Plaszewski
Inácio Crochemore M da Silva
Jair Jose Gauna Quiroz
Jenifer da Silva Dias
João Carlos de Oliveira Koglin
Josias Pereira da Silva
Juliana Corrêa Hermes Angeli
Juliana dos Santos Vaz
Juliana Vargas Bozzato
Karinne Emanuela G. dos Santos
Laura Valadão Vieira
Lenice de Castro Muniz de Quadros
Letícia Kirst Post
Lisiane Manke
Lisiani Coelho
Lorena Almeida Gill
Luciana Foss
Luciane Prado Kantorski
Mara Beatriz Nunes Gomes
Marcelo Olivera Cavalli
Maria Clara Lysakowski Hallal
Maria Falkembach
Marilia Lazarotto
Marislei da Silveira Ribeiro

Marlete Brum Cleff
Matheus de Lima Weege
Mauricio André Maschke Pinheiro
Michele Cristiene Nachtigall Barboza
Michele Mandagará de Oliveira
Milena Rosa Araújo Ogawa
Miriam Cristiane Alves
Natacha Deboni Cereser
Nicole Ruas Guarany
Noris Mara Pacheco Martins Leal
Norlai Alves Azevedo
Otávio Santiago Gomes da Silva
Pablo Miguel
Paula Garcia Lima
Paula Pedreira Del Fiol
Pedro Luís Machado Sanches
Poliana Farias Alves
Prince Chaiene Meireles Dias
Rafael Guerra Lund
Raquel Ludtke
Regiana Wille
Renata Heidtmann Bemvenuti
Roberto Heiden
Rosangela Ferreira Rodrigues
Rosemar Gomes Lemos
Rubia Flores Romani
Ruth Irmgard Bartschi Gabatz
Samantha Balleste
Sidnéia Tessmer Casarin
Simone André da Costa Cavalheiro
Simone Gonçalves da Silva
Stefanie Griebeler Oliveira
Tatiane Kuka Valente Gandra
Teila Ceolin
Valeria Cristina Christello Coimbra
Valmir Francisco Risso
Vanessa Caldeira Leite
Viter Magalhães Pinto
Vitória Silveira da Costa
Viviane Marten Milbrath
Wilian Junior Bonete
William Daldegan
Zayanna Christine Lopes Lindôso



EXPEDIENTE PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL 2021-2024

Pró-Reitor

Eraldo dos Santos Pinheiro

Assessoria / Secretaria

Nádia Najara Kruger Alves - assessora

Coordenação de Arte, Cultura e Patrimônio

Eleonora Campos da Motta Santos - coordenadora

Coordenação de Extensão e Desenvolvimento Social

Ana Carolina Oliveira Nogueira - coordenadora

Silvia Carla Bauer Barcellos

Coordenação de Saúde e Educação

Gustavo Dias Ferreira - coordenador

Núcleo de Apoio a Projetos de Extensão

Mateus Schmeckel Mota - chefe

Seção de Divulgação da Extensão

Paula Garcia Lima - chefe

Seção de Mapeamento e Inventário em Extensão

Cátia Fernandes de Carvalho - chefe

Daniela da Silva Pieper

Seção de Registro e Acompanhamento

Cátia Aparecida Leite da Silva - chefe

Leticia Silva Dutra Zimmermann

Raquel Silveira Rita Dias

Terena Souza da Silva

Colaboradores

Jerri Teixeira Zanusso



IX CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA

Encontro de Saberes: Pluriversidade e Meio Ambiente

O tema da 8ª Semana Integrada de Inovação, Ensino, Pesquisa e Extensão (SIIPE) nos conduziu para uma profunda reflexão sobre o papel da universidade, a relação com outros saberes e o futuro do nosso planeta. Estes temas estão relacionados entre si, tendo em vista que a universidade como um grande centro de estudos, ciência, encontros de saberes, valores, arte e cultura, é um dos locais em que ideias emergem sobre o nosso existir sustentável. É um dos locais onde vislumbramos cenários futuros baseados em evidências, onde as pessoas são estimuladas a estudar, refletir, teorizar, praticar, aceitar ou refutar teorias. E a SIIPE é o momento em que nossos/as estudantes podem, de forma gratuita, apresentar suas ideias em público, suas experiências, trocar saberes e serem questionados/as.

A SIIPE 2022 foi um sucesso de público. O primeiro evento presencial após dois anos de distanciamento por conta da pandemia de COVID-19, mostrou que as pessoas estavam necessitando de atividades presenciais em que pudéssemos expor nossa vocação de seres sociais e que evocasse o pertencimento institucional. Neste sentido, foi vibrante a possibilidade do encontro, de assistir presencialmente as atividades da revista cultural, as palestras, as apresentações dos trabalhos, as feiras. No Congresso de Extensão e Cultura (CEC) tivemos 351 trabalhos apresentados, mediados por 122 debatedores, com 60 trabalhos avultados como destaque. Importante salientar que o sucesso da SIIPE se dá pela participação dos/as estudantes da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e, também, pelo envolvimento, comprometimento e a acurada competência dos/as servidores/as públicos da UFPEL, em especial aos/as servidores/as da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura no que se refere ao CEC.

Nos últimos anos as universidades públicas vêm sendo atacadas diuturnamente com bloqueios e cortes de recursos. Além disso, são realizados ataques aos servidores e estudantes. A SIIPE 2022 foi realizada em um dos piores momentos vividos pelas universidades em nosso país. No entanto, com apoio da sociedade civil buscamos recursos na iniciativa privada com a finalidade de podermos prestar contas para sociedade mostrando e que se faz dentro da universidade. É importante que possamos agradecer as pessoas que acreditam na universidade pública, que acreditam na ciência, que acreditam nos impactos positivos que a Universidade Federal de Pelotas causa em Pelotas, na Região Sul e no Brasil. Muito obrigado.

Para o futuro desejamos que as Universidades Públicas possam ter autonomia para criar ambientes de aproximação com as comunidades, troca de saberes, aplicação de evidências científicas, desenvolvimento tecnológico, divulgação artística e cultural. É importante que não dependamos do "bom senso" de gestores e que tenhamos uma política séria e de longo prazo para o nosso país. Que na nossa SIIPE e no nosso CEC 2023 possamos já sentir os efeitos do fim da tirania.

Prof. Dr. Eraldo Pinheiro
Pró-Reitor de Extensão e Cultura
Universidade Federal de Pelotas

Dados de catalogação na fonte:
Ubirajara Buddin Cruz – CRB 10/901
Biblioteca Campus Capão do Leão - UFPel

C749a Congresso de Extensão e Cultura da UFPel (9. : 2022 : Pelotas)
Anais do... [recurso eletrônico] / 9. Congresso de Extensão e Cultura ; org. Eraldo dos Santos Pinheiro, Matheus Schmeckel Mota, Paula Garcia Lima. – Pelotas : Ed. da UFPel, 2022. – 1449 p. : il.

ISSN: 2359-6686

Modo de acesso: <http://wp.ufpel.edu.br/congressoextensao/anais/anais-2021>

1. Extensão. 2. Cultura. 3. Educação. I. Pinheiro, Eraldo dos Santos. II. Mota, Mateus Schmeckel. III. Lima, Paula Garcia. IV. Título.

CDD: 378.1554

SUMÁRIO

Tema: Comunicação

- 11 PROJETO TRANSFERE: ADEQUAÇÕES PARA ATENDER AS COMUNIDADES NO AMBIENTE VIRTUAL**
LAURA DA SILVA BARDINI; GUILHERME BRAHM DOS SANTOS;
JOÃO VICTOR MOREIRA MOTA; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS;
ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS
- 15 OS DESAFIOS DA INCLUSÃO DIGITAL E PROMOÇÃO DOS DIREITOS SOCIAIS DE ALUNOS COM DEFICIÊNCIA - ESTUDO DE CASO DA ESCOLA LOUIS BRAILLE**
CARLA DE CARVALHO TEIXEIRA; LARA COELHO SIQUEIRA;
MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO
- 19 PROJETO DE EXTENSÃO JORNALISMO E FINANÇAS: PRODUÇÃO DO SITE SUPERÁVIT CASEIRO**
JOÃO VICTOR DA SILVEIRA RODRIGUES; EDUARDO RITTER
- 23 PRODUÇÃO DE MATERIAL INFORMATIVO EXPOSITIVO A RESPEITO DA SÍNDROME BRAQUICEFÁLICA E SUAS IMPLICAÇÕES CARDÍACAS PARA A COMUNIDADE FREQUENTADORA DO EVENTO FENADOCE 2022**
VIVIANA DE ALMEIDA CORRÊA; FRANCESCA LOPES ZIBETTI;
LORY LUISA JACQUES DE CASTRO RIZZATTI; ELIEZER MONTEIRO DA COSTA;
DANIELE WEBER FERNANDES; PAULA PRISCILA CORREIA COSTA
- 27 AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA PEDAGÓGICAS: CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL ATRAVÉS DE ILUSTRAÇÕES**
JORDANA FANTINEL AZAMBUJA; BEATRIZ DE LIMA MIRAPALHETE;
UIELE SAN MARTINS DA SILVA; INGRIDY DUARTE; ERILÂNDIA DE ANDRADE FERREIRA; VIVIANE SANTOS SILVA TERRA
- 31 TALK SCIENCE: DAS REDES SOCIAIS AO RETORNO PRESENCIAL**
MARIA EDUARDA EHLERT; AIRTON SINOTT; GIULIANA PETIZ ZUGNO;
PRISCILA MARQUES MOURA DE LEON; MARIANA HÄRTER REMIÃO;
THAÍS LARRÉ OLIVEIRA

- 35** **ANÁLISE DA ESTRUTURA DE PUBLICAÇÕES NO INSTAGRAM E SUA RELAÇÃO COM A TAXA DE REAÇÃO DO PÚBLICO**
JOÃO VICTOR MOREIRA MOTA; ALINE JOANA ROLINA
WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS
- 39** **ANÁLISE QUANTITATIVA DAS INSTITUIÇÕES DOS AUTORES DA REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA E SUSTENTABILIDADE (RBES)**
GRACIELA BUCK; MARIA EDUARDA SILVEIRA DOS ANJOS;
LEANDRO SANZI AQUINO; GIZELE INGRID GADOTTI;
PATRÍCIA SOARES BILHALVA DOS SANTOS; ANDRÉA SOUZA CASTRO
- 43** **A PRODUÇÃO DE PROGRAMAS TELEJORNALÍSTICOS NO PROJETO TV UFPEL EM PAUTA: DESAFIOS E REFLEXÕES**
ANDRÉA CARDOSO DA SILVA; THAYLOR GABRIEL AMARILLO SOUZA;
MARISA VIEIRA DE CAMPOS; MICHELE NEGRINI; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO
- 47** **POR TRÁS DOS RÓTULOS: DESVENDANDO BEBIDAS**
JULIANA VOLZ LUCAS; CHAYANE SENA DE MELO; VALDECIR CARLOS FERRI
- 51** **A DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO EM MÍDIA SOCIAL: A EXPERIÊNCIA DO PROJETO DE EXTENSÃO "CIÊNCIA FORA DA CAIXA"**
LAURA ECHER BARBIERI; LAÍS BRAGA COSTA; LUIZA TEIXEIRA NATALE;
FILIPE OBELAR MARTINS; SANDI MANCILIA; SEBASTIAN SENDOYA
- 55** **AÇÕES DO PROJETO DIÁLOGOS E VIVÊNCIAS EM QUÍMICA DE ALIMENTOS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**
JULIA TORRES RAMALHO; BRUNA CARDOZO BARBOSA;
PEDRO FERNANDES VIANA; ROSANE DA SILVA RODRIGUES
- 59** **REVISTA PIXO E A EXTENSÃO EM UM NOVO CENÁRIO**
EDUARDO DA SILVA E SILVA; PAULA PEDREIRA DEL FIOLE; EDUARDO ROCHA
- 63** **PODCAST: NÃO ERA UMA VEZ**
LUANA DURANTE OLIVEIRA; LORENA ALMEIDA GILL
- 67** **A EDUCOMUNICAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE PODCASTS: DESAFIOS E REFLEXÕES DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2022**
MARISA VIEIRA DE CAMPOS; ANDRÉA CARDOSO DA SILVA;
MICHELE NEGRINI; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO

- 71** **ANÁLISE DA PRODUÇÃO DO QUADRINHO: “PROFESSORES: CONHECEM OS 10 PASSOS PARA PRODUZIR VÍDEO COM OS ALUNOS?”**
KEVIN THIENE DAVID PROENÇA; JOSIAS PEREIRA DA SILVA
- 75** **O PROJETO DE EXTENSÃO “WEB SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO GRUPO DE PESQUISA GEOGRAFIA POLÍTICA, GEOPOLÍTICA E TERRITORIALIDADES GEOTER”**
TAÍS CASTRO GARCIA; SAMUEL DE JESUS CABRALI; PEDRO DE MOURA ALVES;
TIARAJU SALINI DUARTE
- 79** **FAURB NO BAIRRO: CAMINHAR, OUVIR E INSCREVER-SE NA CIDADE DE PELOTAS**
PAULA GÖTTEMS VENDRUSCULO; PAULA PEDREIRA DEL FIOI;
EDUARDO ROCHA
- 82** **A IMPORTÂNCIA DA METODOLOGIA PROJETUAL NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS DA LINHA UFPEL**
AMANDA PACCANARO MARINO; ANA DA ROSA BANDEIRA
- 86** **O PAPEL DO JORNALISMO NAS MÍDIAS SOCIAIS DA PREC**
ISABELLI DA SILVA VIEIRA MARQUES; GABRIELLA MILITÃO CAZAROTTI;
MATEUS SCHMECKEL MOTA
- 90** **CURTA E COMPARTILHE: ANTROPOLOGIA EM AÇÃO EXTENSIONISTA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS REDES SOCIAIS**
RANGEL CARRARO TOLEDO BORGES; GUILHERME RODRIGUES DE RODRIGUES;
RAPHAEL MEIRELES DE OLIVEIRA; RENATA MENASCHE;
GIANCARLA SALAMONI
- 94** **AGÊNCIA DE NOTÍCIAS EM PAUTA UFPEL: A PRODUÇÃO EXPERIMENTAL DE NOTÍCIAS**
GABRIELLA MILITÃO CAZAROTTI; CARLOS ANDRÉ DOMINGUEZ
- 98** **RELATOS DE ESTÁGIO E DE EGRESSOS NO THE OIL TIMES, NEWSLETTER DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS DO CURSO DE ENGENHARIA DE PETRÓLEO**
DENILSON SCHRÖDER JORGE; THUANE LUCEIRO CORRÊA; VERONICA DA SILVA BECKMANN;
LUCAS VALADÃO SCHREIBER; BIBIANA LAUZ TERRA MENDES;
FORLAN LA ROSA ALMEIDA

- 102** **APRESENTANDO O PROJETO LITTERAPIA: PROMOVENDO BEM-ESTAR POR MEIO DA LITERATURA ENTRE IMIGRANTES RESIDENTES EM PELOTAS**
ISMAEL FELIPE DE PAULA ANGELI; RICARDO PEREIRA; TAÍS BOPP DA SILVA
- 105** **A LÍNGUA DE SINAIS DENTRO DO CONTEXTO DA DANÇA: CRIAÇÃO DE SINAIS NA LIBRAS PARA AULAS DE DANÇA INCLUSIVA**
VICTOR TECHERA SILVEIRA; KARINA ÁVILA PEREIRA
- 109** **A RELEVÂNCIA DO APRIMORAMENTO DO DESIGN EDITORIAL PARA A REVISTA EXPRESSA EXTENSÃO**
RAFAELA MELLO BLÖDORN; PAULA GARCIA LIMA
- 113** **A ATUAÇÃO DA EQUIPE DE DIVULGAÇÃO DA PREC NO PROJETO RUAS DE LAZER**
JÚLIA DE LIMA VALADÃO; INÁCIO CROCHEMORE-SILVA; GUSTAVO DIAS FERREIRA; ITALO FONTOURA GUIMARÃES; PAULA GARCIA LIMA
- 117** **EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E ESTUDANTE DE JORNALISMO: RELATOS SOBRE A ATUAÇÃO DO BOLSISTA NOS PROJETOS FÓRUM SOCIAL E RUAS DE LAZER**
ÉVERSON GABRIEL MESQUITA DA MARTHA; AISE DANIELA BOENO GOMES; RAQUEL SILVEIRA RITA DIAS; ANA CAROLINA OLIVEIRA NOGUEIRA
- 121** **GESTÃO DA ASSESSORIA DA COMUNICAÇÃO PARA INSTITUIÇÕES PÚBLICAS: O CASO DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL DO CURSO DE JORNALISMO - MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO**
EDUARDA RODRIGUES SARAIVA; MARIA RITA ROLIM; MARISLEI RIBEIRO
- 124** **INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO MUSEU AFRO-BRASIL-SUL**
RENAN GOMES LEMOS; CAMILA CAETANO FERREIRA; ANNA GIULIA MORETTI ALVARENGA; SABRINA HAX DURO ROSA; RICARDO HENRIQUE AYRES ALVES;
- 128** **O AUDIOVISUAL COMO MÍDIA PARA AS ARTES DURANTE A QUARENTENA: A REALIZAÇÃO DA REVISTA CULTURAL DA 7ª SIEPE**
ROBERTA LOCATELI RAMIREZ; ELEONORA CAMPOS DA MOTTA SANTOS
- 132** **NAVEGAR É PRECISO: REBRANDING DA IDENTIDADE VISUAL DA DESIGNERIA APÓS 10 ANOS DE ATUAÇÃO**
LUIZA DE HOLANDA MACEDO; THUANY BUNILHA; PROF^a. DR^a HELENA DE ARAUJO NEVES; PROF^a. DR^a. PATRÍCIA LOPES DAMASCENO
- 136** **VERIFATO: ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E A SIMPLIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO**
BRUNA MEOTTI SOUZA; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE

PROJETO TRANSFERE: ADEQUAÇÕES PARA ATENDER AS COMUNIDADES NO AMBIENTE VIRTUAL

LAURA DA SILVA BARDINI¹; GUILHERME BRAHM DOS SANTOS²; JOÃO VICTOR MOREIRA MOTA³; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS⁴; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS⁵

¹ Universidade Federal de Pelotas, Curso de Química Licenciatura – laurabardini@hotmail.com

² Universidade Federal de Pelotas, Curso de Química Licenciatura – guilhermebrahm@hotmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas, Curso de Cinema e Animação – joaovmmota@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas, Curso de Bacharelado em Química Forense –
juliacollaresdossantos@hotmail.com

⁵ Universidade Federal de Pelotas, CCQFA – alinejoana@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto Transfere – Mediação de Conhecimentos Químicos entre Universidade e Comunidades é um projeto de extensão universitária que atua desde 2011 e tem como objetivo promover a interação com comunidades diversas. O intuito é aproximar, trocar experiências por meio da interação, com foco em atividades voltadas à educação em Química, oferecendo à população a oportunidade de contato com saberes de Química voltados ao cotidiano. Para contato com as comunidades virtuais, o projeto faz uso das redes sociais, Instagram e Facebook.

Para o perfil das redes sociais, fazemos a produção de conteúdos e sua divulgação. Atualmente, quatro diferentes tipos de materiais são postados, sendo que três deles são produzidos pelo grupo, formado por graduandos bolsistas e voluntários e pela professora coordenadora. As publicações podem ser de: (i) Química e Cotidiano; (ii) Curiosidade de Química; (iii) QuíDica; (iv) Memes (repostagem de outros perfis). Para todas as postagens é indicada pelo menos uma referência para o conteúdo teórico abordado e cada tipo de publicação é divulgada uma vez na semana.

No final do ano de 2021, as postagens do projeto passaram por uma mudança estética e de sistematização de conteúdo, discutido em outros trabalhos (SANTOS et al., 2021), sendo que essa reestruturação dos posts foi oriunda da necessidade de simplificação da narrativa textual nos ambientes virtuais (CARR, 2011). Portanto, o presente texto tem como objetivo analisar as alterações e adequações realizadas nas postagens com o intuito de aumentar a interação com as comunidades e, conseqüentemente, aumentar a disseminação de conhecimentos de Química às comunidades virtuais, por meio de plataformas digitais.

2. METODOLOGIA

O perfil de usuário que consome os conteúdos do projeto é principalmente jovem. Segundo um estudo do “The Center for Generational Kinetics” (DORSEY, 2020), nos ambientes virtuais, principalmente a geração Z, tem a tendência de consumir mais conteúdo visual do que textual e, portanto, para produzir um conteúdo adaptado para esse público é necessário diminuir a carga textual dos posts e adaptar as capas com a inclusão de imagens de rostos. Além disso, as cores de fundo dos cards foram padronizadas, para produzir maior contraste com o texto.

Deste modo, ao diminuir a quantidade de informação em um card, diminui-se também o dinamismo visual do observador (MASSARO et al., 2012). A partir disso, foi possível criar um conteúdo mais simplificado e, portanto, mais fácil de ser percebido pelo público no ambiente virtual.

A análise das modificações na estrutura estética e sistemática dos posts refere-se às publicações no ano de 2022, bem como os resultados de interação dos seguidores com os conteúdos disponíveis no perfil @projetotransfere do Instagram. A interação do público das redes sociais com os conteúdos postados foi avaliada por meio de curtidas, comentários e salvamentos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Posteriormente aos aprimoramentos estabelecidos, foi considerado o quanto as mudanças visuais nos formatos dos posts, que tornaram a linguagem mais didática e de fácil entendimento, reverberaram no desempenho das publicações com a audiência. Um exemplo de post (i) Química e Cotidiano (capa + legenda com a informação científica) pode ser evidenciado na Figura 1. As capas de todos os posts foram padronizadas, de modo que incluíssem a foto de algum dos colaboradores e uma pergunta, dando ênfase a alguma palavra-chave, que é destacada em outra cor, como o caso da palavra “Sol”, na Figura 1, destacada em amarelo.

Outro exemplo é a publicação (ii) Curiosidade de Química (capa + 3 cards), como mostrado na Figura 2. Para essa publicação, as informações estão dispostas em forma de carrossel. Portanto, para ler o conteúdo é necessário “arrastar para o lado” para observar o próximo card, isto é, necessita um movimento ou interação do leitor com a publicação.

A publicação da Figura 1 obteve 20 curtidas, enquanto a da Figura 2 obteve 105 curtidas no Instagram. Esse padrão da Figura 1 possui um dos menores engajamentos da página, provavelmente por possuir mais conteúdo textual, já que segundo DORSEY (2021), a geração Z prefere conteúdo mais visual do que textual. Além disso, temas atuais, como sobre as porcentagens do álcool (Figura 2), em pleno período de pandemia, gera mais interesse por parte do público.



Figura 1. (i) Química e Cotidiano, publicado em 24 de fevereiro de 2022.

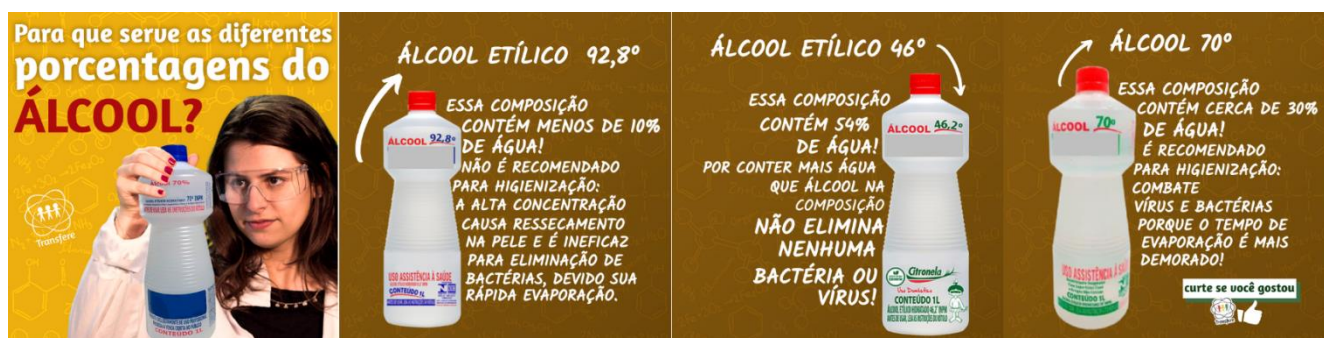


Figura 2. (ii) Curiosidade de Química, publicado em 9 de março de 2022.

Segundo DANTAS; DECCACHE-MAIA (2020), uma parte significativa da população reconhece a ciência, mas não identifica no seu discurso uma conexão com a sua própria realidade, sendo assim, não compreende os seus fundamentos. Em função disso, o post da Figura 3 alia pouco texto e vivências, como as borboletas no estômago e alguns dos seus aspectos científicos, fazendo com que comunique seu conteúdo de forma acessível ao público. Essa publicação apresentou uma repercussão positiva, com 110 curtidas no Instagram, em menos de 24h. Dessa forma, temas que relacionam aspectos da vida rotineira das pessoas com conhecimento científico geram maior engajamento na página.



Figura 3. (ii) Curiosidade de Química, publicado em 21 de junho de 2022.

O post QuíDica (Figura 4) possui um teor mais conceitual, trabalhando conteúdos para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) e para a Prova de Avaliação da Vida Escolar (PAVE) direcionado à UFPEL. Esse material (capa + 1 card) tem evidenciado aumento no seu engajamento devido às alterações propostas e discutidas nesse trabalho, como forma de aperfeiçoamento. Essa publicação obteve 38 curtidas, sendo que o mesmo estilo de post publicado sem as alterações, vinha obtendo menos de 10 curtidas.

Um outro tipo de publicação feita nos perfis do Projeto Transfere são os memes (Figura 4). Esse tipo de post, no formato de repostagem, gera engajamento, com pouco conteúdo, isto é, seu foco é entretenimento. Esse post obteve 218 curtidas, mais do que qualquer outro post relatado neste texto. Portanto utilizamos esse tipo de conteúdo para atrair seguidores para a página e divulgar o conteúdo produzido pelo projeto.



Figura 4. (iii) QuíDica, publicado em 13 de junho de 2022 (esquerda).
(iv) Meme, repostado em 29 de maio de 2022 (direita).

4. CONCLUSÕES

Por meio dos conteúdos produzidos e publicados pelo projeto, foi possível constatar que para a construção de uma narrativa eficiente sobre ciência nos sites das redes sociais é necessário uma narrativa sucinta. Além da sistematização do conteúdo, é fundamental que ele seja visualmente chamativo, com imagens conhecidas, como rostos humanos. Além disso, temas que demonstram aproximação com as vivências dos seguidores são os que mais geram engajamento, pelo interesse em conhecer e compreender fenômenos do dia-a-dia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARR, N. **O que a internet está fazendo com os nossos cérebros – A geração superficial**. 1. ed. Rio de Janeiro: Agir, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/delta/a/LJLz9g9mGMRbPpvKJjg99Mw/?lang=pt>. Acesso em: 22 jun. 2022.

DANTAS, LFS; DECCACHE-MAIA, E. Scientific Dissemination in the fight against fake news in the Covid-19 times. **Research, Society and Development**, v.9, n.7, p 1-18, 2020. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v9i7.4776>

DORSEY, J. **Zconomy: como a geração Z vai mudar o futuro dos negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro: Agir, 2021.

MASSARO, D.; SAVAZZI, F.; DI DIO, C.; FREEDBERG, D.; GALLESE, V.; GILLI, G.; MARCHETTI, A. When art moves the eyes: a behavioral and eye-tracking study. **PloSone**, v. 7, n. 5, p. e37285, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0037285>

SANTOS, A.J.R.A. dos; MOTA, J.V.M.; BARDINI, L.S.; SOUZA, E.V. de; BORGES, R.D. Modificações na estética narrativa e visual como adaptações necessárias no ambiente virtual. In: MARTINS, E.R. (Org.) **Tecnologia da Informação e Comunicação: pesquisas em inovações tecnológicas**. Guarujá: Editora Científica Digital, 2021. Cap.14, p. 170-185. DOI: <http://dx.doi.org/10.37885/211106829>.

OS DESAFIOS DA INCLUSÃO DIGITAL E PROMOÇÃO DOS DIREITOS SOCIAIS DE ALUNOS COM DEFICIÊNCIA - ESTUDO DE CASO DA ESCOLA LOUIS BRAILLE

CARLA DE CARVALHO TEIXEIRA¹; LARA COELHO SIQUEIRA²; MARISLEI DA
SILVEIRA RIBEIRO³

¹Universidade Federal de Pelotas – carla.cteixeira99@gmail.com

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

³Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.com.br

1. INTRODUÇÃO

Após cerca de dois anos do início da pandemia de Covid-19, todas as adaptações realizadas para que as atividades da educação continuassem sendo exercidas aos poucos retornam ao normal. Todavia, esse retorno traz consigo diversos desafios.

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo geral evidenciar a atividade de extensão desenvolvida durante esse período e os desafios que o implicam, em uma ótica voltada ao projeto de extensão “Inclusão Digital e Promoção dos Direitos Sociais – Utilização da WebRádio e WebTV para criar um ambiente interativo entre universidade e sociedade”, que tem parceria com a Associação Escola Louis Braille.

Outrossim, CARVALHO (2009), afirma que a inclusão é a possibilidade de acesso, de ingresso e de permanência de um aluno com aprendizagem real, resultando assim em atribuições de conhecimento e desenvolvimento de habilidades. Dessa forma, o projeto de inclusão teve início em 2013 com o objetivo de consolidar a inclusão, promovendo os direitos sociais e uma sociedade mais igualitária.

Desde o início desse programa, as atividades aconteciam de forma presencial promovendo o diálogo entre a comunidade acadêmica e a Escola Louis Braille em Pelotas-RS, através da inclusão digital. Contudo, devido à pandemia, durante os dois últimos anos os trabalhos se ofereceram de maneira remota, uma vez que ambas instituições de ensino desenvolveram as atividades pedagógicas de forma remota, planejadas sobre a ótica da inclusão. E, atualmente, o projeto se encontra em período de desafio diante as adaptações realizadas e resultado dessas.

Dessa forma, o presente trabalho evidencia a produção de programas radiofônicos, como programas via formato Podcasts, como uma atividade de cunho participativo e educativo a partir da orientação da bolsista responsável e da coordenadora do projeto. Para BARROS (2007), PodCast é uma palavra que vem do laço criado entre Ipod – aparelho produzido pela Apple que reproduz mp3 e Broadcast (transmissão), podendo defini-lo como sendo um programa de rádio personalizado gravado nas extensões mp3, ogg ou mp4, que são formatos digitais

que permitem armazenar músicas e arquivos de áudio em um espaço relativamente pequeno, podendo ser armazenados no computador e/ou disponibilizados na Internet, vinculado a um arquivo de informação (feed) que permite que se assine os programas recebendo as informações sem precisar ir ao site do produtor. Por sua vez, atividades realizadas através dos princípios da educomunicação, que para SOARES (2011), é uma forma processual, interdisciplinar e interdiscursiva, vivenciada na prática dos atores sociais, por meio de modelos concretos de intervenção social.

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.(FONSECA, 2002, p.34)

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. O processo de contato e seleção dos alunos participantes tem se tornado desafiador, pois devido a pandemia de Covid-19 e as adaptações realizadas para manutenção do trabalho nesse período, muitos alunos se encontram desestimulados com as atividades no âmbito escolar, de acordo com a coordenadora da escola.

Então, para reverter tal cenário foi criado um novo modelo para este, que inclui utilizar do método de criação de podcasts, já utilizado e conhecido pelos alunos, para produzir o “Minuto Saúde”, no qual serão apresentados diversos temas sobre saúde, como diagnóstico, sintomas e tratamento de doenças, a exemplo ansiedade e depressão, algumas das patologias apresentadas em função da pandemia e isolamento, prevenção e promoção de saúde.

Nesse viés, a proposta é que em cada episódio um assunto diferente seja abordado com linguagem simples e acessível. Assim, os alunos deverão gravar o podcast que poderá contar com a participação especial de profissionais da área em entrevistas e até em debates, desenvolvendo não apenas a comunicação dos estudantes, mas garantindo a integração e divulgação de estratégias e dados de enfermidades.

Além disso, a elaboração do plano prossegue da mesma forma que os alunos já realizavam anteriormente, em cada episódio três alunos irão participar do planejamento e produção. Para isso, cabe à bolsista responsável produzir o roteiro do tema a ser tratado naquela determinada semana e enviar o roteiro em formato de texto e áudio para os alunos participantes através do grupo do WhatsApp. A regravação pelos alunos deve ser feita em até uma semana, para que a respectiva

edição seja feita e o episódio seja inserido na plataforma Anchor, com o nome de Rádio Braille. Essa edição é realizada nos softwares gratuitos Ocenaudio e Audacity.

Em seguida, com o episódio pronto e adicionado é feita a respectiva divulgação nas redes sociais do projeto no Instagram e Facebook com a tag #pracegover, que visa a inclusão de pessoas cegas através da descrição de imagens. Ainda, as capas dos episódios, assim como os conteúdos postados nas redes sociais, são produzidos na plataforma Canva. Por fim, com o objetivo de divulgação, são utilizados uma página do Facebook e um perfil no Instagram, em que sempre é utilizado a hashtag “#pracegover”, que visa a inclusão de pessoas cegas através da descrição de imagens.

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, totalizando 36 episódios em torno de 2 minutos e 36 segundos. Seus conteúdos envolviam temas do futebol (Braille na Bola) e das olimpíadas de Tóquio (Giro das Olimpíadas).

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.

Ademais, produziu-se material de publicação nas mídias sociais do projeto (Instagram e Facebook) cujo conteúdos consistiam em informações sobre os episódios do podcast e a Escola Louis Braille.

Vale ressaltar, também, o plano de incluir a temática da saúde nos episódios, com o intuito de instruir a população, pois observa-se a carência de conhecimento das pessoas em relação a essa área, haja vista a desigualdade no acesso a notícias e a dados científicos e, quando ocorre, muitas vezes, apresenta linguagem pouco acessível à comunidade não acadêmica, e o compartilhamento de informações falsas e sem comprovação nas redes sociais. A ideia seria abordar inicialmente temas como depressão e ansiedade, doenças vivenciadas comumente durante a pandemia do Covid-19. Por conseguinte, desenvolver-se-á principalmente a educomunicação, além do entrosamento entre cursos, ainda a disseminação do conhecimento e o incentivo à busca por qualidade de vida e saúde.

Posto isso, o presente trabalho encontra-se em andamento e espera-se superar os obstáculos, como o desestímulo dos educandos para o retorno do ensino presencial, e implementar o traçado acima. Para superar isso, o intuito é estimulá-los com uma espécie de café, no qual ocorreria encontros com debates e entrevistas presenciais com profissionais (médicos, enfermeiros, psicólogos, entre outros) trocando aprendizados e desenvolvendo sua comunicação.

4. CONCLUSÕES

O desenvolvimento do projeto de extensão proporciona inclusão dos alunos no ambiente virtual, estimula a participação familiar no ambiente escolar e promove disseminação de conhecimento de importantes temas na área da saúde, através das possibilidades da Educomunicação, do desenvolvimento de cada episódio do podcast e do uso das redes sociais, que pode ser realizado remotamente ou de forma presencial. Além disso, as gravações favorecem e estimulam o desenvolvimento dos alunos uma vez que promovem o treino da fala para gravação dos episódios, de forma a contribuir com o desenvolvimento da comunicação e oralidade individualmente e coletivamente.

Logo, por meio dos recursos audiovisuais, da educomunicação e das redes sociais populares, é possível realizar uma ação pioneira: um programa que instrui a população a respeito de relevantes temas de saúde feitos por deficientes visuais, contribuindo para a promoção e prevenção de saúde. Uma vez que as pessoas com deficiência visual também se relacionam com os meios de comunicação através do consumo, ouvindo rádio ou pelo acesso a internet. No entanto, apesar de verificar-se a existência de ferramentas e opções nesse âmbito, LIMA (2017) analisa a baixa quantidade de produtos jornalísticos oferecidos de forma acessível a essa parcela populacional, e em sua pesquisa, descobriu que o rádio e o telejornalismo são os meios mais acessíveis e coerentes de incluir essa população, já que a fala e a audição são os principais meios. Por esta razão, projetos como o WebRádio e WebTV são altamente importantes nesse contexto, por usarem o áudio como principal forma de comunicação, além de incluir as pessoas com deficiência visual como consumidores do conteúdo. Portanto, compete lembrar que as ações do projeto estão em constante mudança e aprimoramento para um melhor desenvolvimento dos alunos. Para tanto, busca-se o processamento comunicativo e cognitivo dos alunos, o seu desenvolvimento socioemocional íntegro e a participação integral 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.

PROJETO DE EXTENSÃO JORNALISMO E FINANÇAS: PRODUÇÃO DO SITE SUPERÁVIT CASEIRO

JOÃO VICTOR DA SILVEIRA RODRIGUES¹; EDUARDO RITTER²

¹Universidade Federal de Pelotas – joaovictorfelixrodrigues@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – rittergaucho@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Segundo pesquisa de novembro de 2021, realizada pela Confederação Nacional de Comércio, Bens, Serviços e Turismo (CNC), cerca de 12 milhões de famílias no Brasil estão endividadadas, sendo este o maior índice em onze anos. Os dados demonstrados na pesquisa não surpreendem, tendo em vista que, conforme avaliação do instituto de pesquisa americano Gallup Poll, o Brasil tem o 68º pior índice de alfabetização financeira do mundo.

Esse cenário vai ao encontro da formação de uma sociedade baseada na dominação econômica, explicitada por Weber (2009), ao destacar que os poucos que têm a informação sobre o assunto de maneira mais profunda são os que se mantêm no poder. Afinal, mantendo a maioria da população sem um conhecimento básico sobre finanças é mais fácil manter uma estrutura em que um pequeno número concentra tanto esse conhecimento quanto a maioria do capital monetário de uma sociedade. O autor explica que toda dominação que pretende ter continuidade acaba se tornando uma dominação baseada na informação não compartilhada. “Mas os dispositivos específicos da dominação, baseados numa relação associativa, consistem, de modo geral, no fato de que determinado círculo de pessoas, habituadas a obedecer às ordens de líderes e interessadas pessoalmente na conservação da dominação, por participarem desta e de suas vantagens, se mantêm permanentemente disponíveis e repartem internamente aqueles poderes de mando e de coação que servem para conservar a dominação (“organização”)” (WEBER, 2009, p.196).

Levando em consideração esses dados, o projeto de extensão Jornalismo e finanças: produção do site Superávit Caseiro consiste na criação e produção de um site focado no público da Zona Sul do estado do Rio Grande do Sul, onde se encontra a Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), com textos jornalísticos dos mais diversos gêneros sobre economia e finanças.

O Projeto de Extensão Jornalismo e finanças: produção do site Superávit Caseiro tem também como objetivo a produção de textos dos mais variados gêneros jornalísticos (notícia, nota, reportagem, artigos, colunas de opinião, entrevistas, etc.) que se caracterizam como jornalismo econômico, contribuir com o desenvolvimento regional através da produção de textos jornalísticos que não apenas informem, mas também que auxiliem na alfabetização financeira da população, a promoção da circulação de informações relacionadas ao âmbito econômico e financeiro, com prioridade para pautas de serviço (finanças pessoais) e propiciar um espaço para a prática jornalística dos estudantes contribuindo para o desenvolvimento social e regional. Dentre os autores que abordam essa perspectiva, podemos destacar: Caldas (2008), Basile (2002) e Kucinski (1996)

2. METODOLOGIA

O projeto consiste na participação de seus integrantes em reuniões, virtuais ou presenciais, quinzenais ou semanais, quando há necessidade. Durante as reuniões são discutidos os conteúdos a serem publicados durante o período seguinte.

O foco é que o texto seja mais didático e explicativo para a melhor compreensão dos leitores, no entanto, essa regra não deleta a necessidade da publicação de notícias mais factuais.

O projeto Superávit Caseiro é dividido em editorias denominadas como: entrevistas, notícias, reportagens, perfil, investimentos, opinião, livros e dicas de orçamento pessoal. Com o desenvolvimento do projeto, pode surgir a necessidade da criação de outras editorias.

As postagens no site são realizadas pelo coordenador do projeto, professor Eduardo Ritter, que orienta os participantes na apuração e produção de conteúdo bem como fazer eventuais correções, quando é necessário. Mesmo que inicialmente o foco principal é o texto, não é descartada a possibilidade serem incluídos vídeos e áudios (podcasts).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos principais objetivos quantitativos do projeto é expandir o acesso aos poucos, com divulgação e criação de perfis nas redes sociais, como Instagram, Twitter e Facebook, no entanto, o foco principal inicialmente é o acesso ao conteúdo disponibilizado no site. Através das ferramentas disponibilizadas pelo setor de Tecnologia da Informação da Pró-Reitoria de Gestão da Informação e Comunicação da Universidade de Pelotas (UFPEL) está sendo feito acompanhamento e mapeamento dos acessos à página. Assim, a meta inicial estabelecida era de atingir uma média de acessos mensais de 1.000 pessoas. Após o encerramento do primeiro ano de projeto será feita uma reavaliação para fazer nova projeção e meta, para mais ou para menos. Também espera-se manter interação com o público, com comentários, sugestões de pautas, críticas e sugestões.

Na imagem a seguir, é possível perceber que a primeira meta, a de chegar aos 1.000 acessos mensais, está sendo atingida, tendo em vista que o site foi colocado no ar em março de 2022.

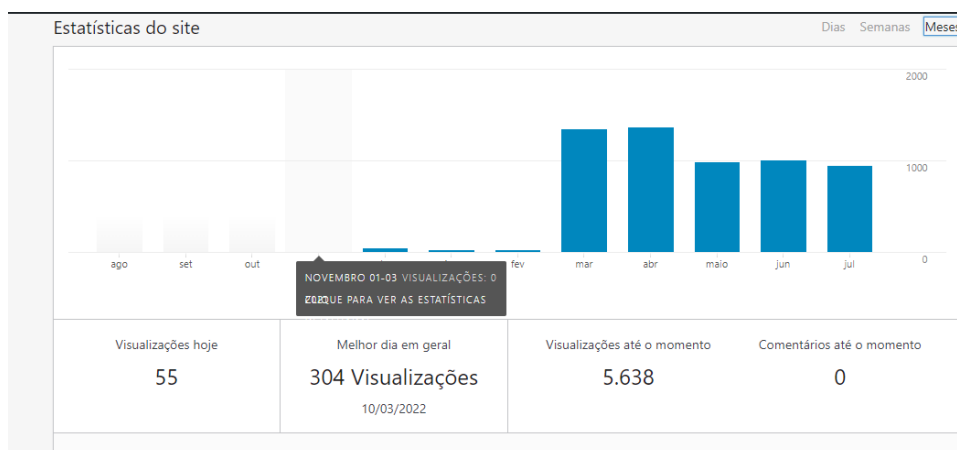


Imagem 1: estatísticas mensais de acessos ao site Superávit Caseiro

Como pode-se perceber, os meses em que houve mais acesso foram os de março e abril. Após houve uma breve queda, no entanto, o número de acesso ficou sempre próximo de 1.000, para cima ou para baixo.

4. CONCLUSÕES

O projeto de extensão encontra-se em seu primeiro ano e podemos perceber, pelo exposto, que pode crescer mais ainda. Sob a perspectiva do jornalismo, vale ressaltar que está sendo priorizada a combinação entre o conhecimento da profissão, estudada pelos graduando de jornalismo com a supervisão do professor e coordenador do projeto, prof. Dr. Eduardo Ritter, com os conhecimentos específicos da área de finanças e economia, que são repassados pelas fontes consultadas para prestar informações, contextualizações e esclarecimentos.

Basile (2002), inclusive, referindo-se ao jornalismo econômico destaca que “não há notícias chatas. Há matérias chatas, feitas por repórteres e editores chatos, para publicações chatas” (BASILE, 2002, p.7). Ou seja, o jornalista deve saber como passar a informação de forma interessante ao público. Essas são algumas das premissas que estão sendo trabalhadas durante o desenvolvimento das atividades do projeto.

Afinal, vale se questionar: como não cair na armadilha de apenas repetir o que é dito pelas fontes e escrever um texto chato? Para isso é preciso um olhar criativo e curioso sobre a realidade, e eis o desafio encarado pelos participantes do projeto. “É preciso, às vezes, lembrar-se de quando você era criança e tinha a leveza de fazer as perguntas que ninguém fazia, de ir atrás das respostas onde ninguém tinha procurado” (BASILE, 2002, p.9).

Essa perspectiva corrobora com a de autores e consultores financeiros consagrados, como o americano Robert Kiyosaki (2000) ou o brasileiro Gustavo Cerbasi (2016 e 2019). O segundo acrescenta que a cultura ocidental em que estamos inseridos faz forte incentivo ao consumo, sem contrabalancear com investimento em educação financeira da população, gerando uma grande massa que gasta mais do que ganha e que se endivida para ostentar bens materiais. “Somos pressionados a construir um patrimônio incompatível com nossa renda” (CERBASI, 2016, p.31).

É para mudar essa realidade, com o apoio da produção de textos jornalísticos sobre o tema, que o projeto está em vigor. Afinal, informação correta e textos criativos são algumas das principais ferramentas que o jornalismo pode utilizar para tentar melhorar a sociedade em que vivemos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASILE, Sidnei. **Elementos do jornalismo econômico** – A sociedade bem informada é uma sociedade melhor. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BOFF, Felipe. **Reportagem**. In: ZAMIN, Angela; SCHWAAB, Rebes (Orgs.). *Tópicos em jornalismo: redação e reportagem*. Florianópolis: Insular, 2021.

CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Contexto, 2008.

- CERBASI, Gustavo. **Dinheiro**: os segredos de quem tem. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.
- CERBASI, Gustavo. **Investimentos inteligentes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2019.
- GITMAN, Lawrence. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Person Prentice Hall, 2010.
- KIYOSAKI, Robert; LECHTER, Sharon. **Pai rico, pai pobre**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1996.
- MELO, José Marques de. **Gêneros jornalísticos** – teoria e prática. Blumenau: Edifurb, 2012.
- Pesquisa mede 'analfabetismo financeiro' no mundo; veja as questões do teste. São Paulo: **BBC Brasil**, 2015. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/11/151127_analfabetismo_financeiro_1k. Acesso em: 5 de dezembro de 2021.
- PINDYCK; RUBINFELD. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books, 1999.
- PINHEIRO, Juliano. **Mercados de capitais**. São Paulo: Atlas, 2019.
- PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário**. São Paulo: PubliFolha, 2009.
- WEBER, Max. **Economia e sociedade** – Volume 2. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2009.

PRODUÇÃO DE MATERIAL INFORMATIVO EXPOSITIVO A RESPEITO DA SÍNDROME BRAQUICEFÁLICA E SUAS IMPLICAÇÕES CARDÍACAS PARA A COMUNIDADE FREQUENTADORA DO EVENTO FENADOCE 2022

VIVIANA DE ALMEIDA CORRÊA¹, FRANCESCA LOPES ZIBETTI², LORY LUISA
JACQUES DE CASTRO RIZZATTI³, ELIEZER MONTEIRO DA COSTA⁴, DANIELE
WEBER FERNANDES⁵, PAULA PRISCILA CORREIA COSTA⁶

¹ Universidade Federal de Pelotas - vivianaacorreia@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas - franlz134@yahoo.com.br

³ Universidade Federal de Pelotas - rizzattilory@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas - eliezerdacosta@hotmail.com

⁵ Universidade Federal de Pelotas - danielewfernandes@gmail.com

⁶ Universidade Federal de Pelotas - paulapriscilamv@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

A presença de cães braquicefálicos como membro da família da comunidade tornou-se frequente, em razão das particularidades físicas e da personalidade desses animais. Porém, a responsabilidade diante do cuidado com as raças braquicefálicas é de pouco conhecimento desses tutores. A síndrome braquicefálica predispõe aos animais diferentes afecções no organismo (Hussein *et al.*, 2012; Meola, 2013; Lameu *et al.* 2020).

A anatomia dos cães de raças braquicefálicas não permite o bom funcionamento de órgãos respiratórios, prejudicando a respiração e a termorregulação, dessa forma, dificulta a perfusão dos tecidos e dos órgãos (Oechtering, 2010; Lameu *et al.* 2020). Os sinais clínicos mais comuns observados nos quadros de síndrome braquicefálica são: dispneia, tosse, ronco, intolerância ao exercício, cianose, síncope, ruído respiratório, entre outros (Poncet *et al.*, 2006; Fasanella *et al.*, 2010; Lameu *et al.* 2020).

A predisposição da síndrome braquicefálica é observada em cães das raças: Shih Tzu, Pequês, Buldogue inglês, Buldogue francês, Lhasa Apso, Pug, Boston Terrier, Cavalier King Charles Spaniel, Yorkshire Terrier, Maltês, Chihuahua e Boxer (Koch *et al.*, 2003; Riecks *et al.*, 2007; Meola, 2013; Lameu *et al.* 2020).

O grupo de ensino, pesquisa e extensão em Cardiologia Veterinária (VETCOR) da Universidade Federal de Pelotas, coordenado pela Professora Doutora Paula Priscila Correia Costa, juntamente com seus colaboradores, teve como objetivo elaborar material expositivo, em formato de vídeo e panfleto, com informações úteis, e de forma que a comunidade leiga pudesse entender a importância de atentar-se aos sintomas clínicos da síndrome braquicefálica, e o objetivo deste trabalho é apresentar como foi o decorrer deste processo, e salientar a importância de ações deste tipo.

2. METODOLOGIA

O material confeccionado para o evento da Fenadoce 2022, na cidade de Pelotas/RS, foi realizado a partir de uma pesquisa acerca do que é a síndrome braquicefálica, quais alterações cardíacas resultam desta síndrome, e quais raças são predisponentes geneticamente para a síndrome braquicefálica. Foi utilizado plataformas digitais, como Google Acadêmico, para pesquisa de informações comprovadas cientificamente, e também foi utilizado a plataforma Canva para confecção do vídeo e panfletos expositivos, que foram disponibilizados para o público frequentador do evento Fenadoce.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O material foi confeccionado para a comunidade leiga frequentadora do evento Fenadoce, ocorrido na cidade de Pelotas, em 2022 foi escrito com linguagem coloquial e poucos termos científicos, para facilitar o entendimento. No vídeo (**Figura 1**) e no panfleto (**Figura 2**) foram abordadas todas as raças braquicefálicas, para que o tutor pudesse reconhecer o seu animal como um cão de focinho curto. Também foram abordados os sinais clínicos mais comuns, e o alerta de que as alterações anatômicas presentes nessas raças podem desenvolver um quadro de doença cardíaca grave.

A confecção de materiais informativos apontados para a comunidade leiga proporciona acesso à informação e esclarecimento de dúvidas por meio de uma linguagem compreensível (SCHARER *et al.*, 1990; SILVA, TERCENIO 2019).

Além disso, foi disponibilizado o número de telefone do Hospital de Clínicas Veterinária da Universidade Federal de Pelotas, na cidade do Capão do Leão para a comunidade, a fim de estimular os tutores a procurarem atendimento veterinário direcionado para os cães braquicefálicos e suas afecções cardíacas.



Figura 1: Capa do vídeo confeccionado pelos colaboradores do grupo de ensino, pesquisa e extensão VETCOR da Universidade Federal de Pelotas para expor para a comunidade frequentadora do evento Fenadoce 2022.

Fonte: Grupo VETCOR 2022



VOCÊ TEM UM CÃO DE RAÇA DE FOCINHO CURTO?



Raças: Pug, Buldogue Francês, Buldogue Inglês, Boxer, Shih tzu, Lhasa Apso, Pequinês, Boston Terrier, Cavalier King Charles Spaniel, Yorkshire Terrier, Maltês e Chihuahua

VOCÊ SABIA QUE ESTAS
RAÇAS POSSUEM
PREDISPOSIÇÃO
GENÉTICA PARA
ALTERAÇÕES
ANATÔMICAS NO
SISTEMA RESPIRATÓRIO?



E VOCÊ SABIA QUE
ESTAS ALTERAÇÕES
ANATÔMICAS PODEM
LEVAR A UM QUADRO
CARDÍACO GRAVE?

SINAIS CLÍNICOS VISUALIZADOS:

tosse, ronco, intolerância ao
exercício, mucosas azuladas,
dificuldades respiratórias,
desmaios, dificuldade de
recuperação pós-exercício,
perturbação de sono



SEU CÃO POSSUI ALGUM DESTES SINAIS CLÍNICOS?

Então ele pode estar com a
síndrome braquicefálica!!!
Agende uma consulta para
avaliação do seu cão no Hospital
de Clínicas Veterinárias da UFPEL.

CONTATO DA RECEPÇÃO DO HCV- UFPEL PARA AGENDAMENTO



(53) 99150-1303*



*Solicitar atendimento com a
M.V. Grazielle Costa



Para mais informações:



@VETCOR.UFPEL

Figura 2: Panfleto confeccionado pelos colaboradores do grupo de ensino, pesquisa e extensão VETCOR da Universidade Federal de Pelotas, para expor e entregar à comunidade no evento da Fenadoce 2022.

Fonte: Grupo VETCOR, 2022.

4. CONCLUSÃO

Em vista da grande popularidade das raças braquicefálicas na comunidade, é de extrema importância a conscientização dos tutores leigos acerca da síndrome braquicefálica e suas consequências cardíacas.

Os resultados da confecção do material informativo e expositivo para o evento da Fenadoce foram satisfatórios, e o objetivo concluído.

5. REFERÊNCIAS

LAMEU, Gabrielly Rodrigues et al. Síndrome braquicefálica em cães: Revisão. **Pubvet**, v. 14, p. 148, 2020.

HUSSEIN, A. K., et al. Effect of brachycephalic, mesaticephalic, and dolichocephalic head conformations on olfactory bulb angle and orientation in dogs as determined by use of in vivo magnetic resonance imaging. **American Journal of Veterinary Research**, 73(7), p. 946–951. 2012.

MEOLA, S. D. Brachycephalic airway syndrome. **Topics in Companion Animal Medicine**, 28(3), p. 91–96. 2013.

OECHTERING, G. . Síndrome braquicefálica: novas informações sobre uma antiga doença congênita. **Veterinary Focus**, 20(2), p. 10–18. 2010.

FASANELLA, F. J., et al. Brachycephalic airway obstructive syndrome in dogs: 90 cases (1991–2008). **Journal of the American Veterinary Medical Association**, 237(9), p. 1048–1051. 2010.

PONCET, C. M., et al. Long-term results of upper respiratory syndrome surgery and gastrointestinal tract medical treatment in 51 brachycephalic dogs. **Journal of Small Animal Practice**, 47(3), p. 137–142. 2006.

KOCH, D. A., et al. Brachycephalic syndrome in dogs. **Compendium Continuing for the Practicing Veterinarian**, 25(1), p. 48–55. 2003.

RIECKS, T. W., et al. Surgical correction of brachycephalic syndrome in dogs: 62 cases (1991–2004). **Journal of the American Veterinary Medical Association**, 230(9), p. 1324–1328. 2007.

SCHARER, K. et al. Evaluating written discharge instructions in a pediatric setting. **Journal of Nursing Quality Assurance**, p. 63-71. 1990

SILVA, E. A.; TERCENIO, M. L. Educação em Saúde: a utilização de panfletos informativos e educativos como estratégia de educação e prevenção às patologias mais prevalentes da população no contexto da atenção básica. **2º SIEPE Universidade Federal da Integração Latino-Americana**. 2019.

AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA PEDAGÓGICAS: CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL ATRAVÉS DE ILUSTRAÇÕES

JORDANA FANTINEL AZAMBUJA¹; BEATRIZ DE LIMA MIRAPALHETE²;
UIELE SAN MARTINS DA SILVA³; INGRIDY DUARTE⁴;
ERILÂNDIA DE ANDRADE FERREIRA⁵; VIVIANE SANTOS SILVA TERRA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas1 – jordanafantinel@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – biamirapalhete@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – uielesm@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – ingridy-d-@hotmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – erilandiadeandrade@gmail.com

⁶Profª. na Universidade Federal de Pelotas rvssterra10@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O planeta encaminha-se para uma situação crítica, e a sociedade já está sofrendo as consequências. Porém, a humanidade continua consumindo a natureza freneticamente, ao ponto que os ecossistemas não estão conseguindo se regenerar. Embora que, a Constituição Federal assegura no artigo 225, que: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações” (BRASIL, 1988).

Com as mudanças ocasionadas pela Covid-19, gerou-se uma necessidade dos projetos do grupo PET Engenharia Hídrica se adequarem às novas regras de restrições sociais, isto é, adotar o método virtual como ferramenta de trabalho. Severo *et al.* (2018) comentam que as Redes Sociais referem-se às conexões e interconexões entre os usuários, com o potencial de atingir e engajar outros indivíduos, ou seja, são meios de comunicação de relacionamentos, por meio de interfaces móveis.

O projeto PET Ambientalmente Consciente é realizado de forma virtual, através de Cards ilustrados (flashcard), com o intuito de ser mais educativo e colorido, pois, é comprovado na teoria e na prática o poder da fixação que as imagens podem transmitir. Flashcard é uma palavra da língua inglesa que significa (flash= rápido/ card= cartão), em outras palavras, pequenos cartões que resumem e ilustram determinados assuntos.

Alguns projetos apresentam um relevante meio de contribuição na busca pelo conhecimento, oferecendo à comunidade dicas e alertas de questões voltadas ao meio ambiente. Tais dicas são realizadas de forma criativa, possuindo como finalidade alertar a comunidade, através de métodos animados e educativos, em formato de cards nas redes sociais. O objetivo do presente estudo foi desenvolver e divulgar postagens ilustrativas, no formato de Cards, sobre a conscientização ambiental.

2. METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido pelo grupo PET Engenharia Hídrica da Universidade Federal de Pelotas (UFPe), localizado no Campus Anglo, no município de Pelotas- RS. A proposta do projeto foi elaborada durante as reuniões semanais do grupo, sendo definido como tema: conscientização ambiental através de ilustrações publicadas nas redes sociais. O grupo dividiu as tarefas dentre os integrantes do projeto, sendo elas: revisão bibliográfica sobre o tema abordado, confecção dos cards e divulgação nas redes sociais do grupo, Facebook e Instagram.

Foi estabelecido a confecção de cards ilustrativos e lúdicos através da plataforma de design gráfico Canva, no processo de animação dos cards é utilizada a ferramenta de auxílio para recortes PineTools. As postagens acontecem a cada 15 dias, uma vez por semana, nas quartas-feiras, nas redes sociais do grupo PET Engenharia Hídrica.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As figuras abaixo são algumas que apresentaram maior destaque nas redes sociais do grupo PET Engenharia Hídrica. No dia 7 de janeiro de 2022 foi publicado na forma de Card o seguimento do projeto PET Ambientalmente Consciente, com o tema "Reuso da Água", Figura 1.



Figura 1: Pet Ambientalmente Consciente com o tema Reuso da Água.

A figura 2 apresenta o conceito, localização e importância dos mangues para a população costeira.



Figura 2: Pet Ambientalmente Consciente com o tema Manguezais

Observa-se na Figura 3, uma ilustração sobre o tema “Desmatamento na Amazônia”, na qual apresenta dados relevantes e as principais consequências ao meio ambiente.



Figura 3: Pet Ambientalmente Consciente com o tema Desmatamento da Amazônia.

A Figura 4 apresenta uma ilustração sobre o tema “Alteração Climática” trazendo conceitos e os principais dados sobre esse impacto ambiental



Figura 4: Pet Ambientalmente Consciente com o tema Alteração Climática.

Através da publicação dos cards pode-se observar algumas características referentes aos temas postados. O tema “Reuso da Água”, obteve 25 curtidas, 14 compartilhamentos e 2 vezes salvos, num total de 41 interações com o público alvo. Já o tema “Mangues”, obteve 17 curtidas, 4 compartilhamentos, 1 comentário e 1 vez salvo, num total de 23 interações com o público alvo. No que se refere ao tema “Desmatamento na Amazônia”, foram obtidas 13 curtidas e 6 compartilhamentos num total de 19 interações.

O projeto PET Ambientalmente Consciente desde a sua criação até o atual momento impactou 154 perfis no Instagram, o que é considerado algo positivo nas redes sociais atualmente.

4. CONCLUSÕES

Com os resultados obtidos, pode-se perceber a necessidade de disseminar conhecimento acadêmico sobre o impacto que a natureza está sofrendo nos dias atuais. De maneira ilustrada os cards atraem a atenção da comunidade acadêmica e externa para assuntos sérios, gerando uma influência positiva para cada indivíduo mudando assim aspectos sociais sobre o meio ambiente.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988. Artigo nº225, de 1 de janeiro de 1988.

Disponível em:

<https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10645661/artigo-225-da-constituicao-federal-de-1988/definicoes>.

Acesso em: 21 mai. 2022.

JACOBI, Pedro. "Educação e meio ambiente—transformando as práticas." Revista Brasileira de Educação Ambiental, Brasília, n. 0 1 (2004): 28-35.

Disponível em:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/35869900/Educacao_como_processo_na_construcao_da_cidadania_ambiental-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1657286088&Signature=M9sqopUu6P6qJmz7nfR3jzf6L7yBJp4LxOuFepoTlz99aF1TYoqvQERgFvFao1QrwGcZ-4~V~vtnTWvslukyJRsRKTNnflvBX3bD21egzrTuIOowYy2VBtRwQFUrrZjKLcHvNwCwPDN2XuPd365nHFRcyMS9Q8BYzDUafwOyV83vzVnd2MEfydbUYSnnWLIfoDRfQD5VpvXCx2323EUTGGS1HoEbwH-bswwW7wEZBzZpbyLYkT0y5JXj4pisGI0nK~z1zkrOZI8WI9R-nGw~OTTT5O1LTefCt3vHXbqOKaeXfSMuMBLbtjECZk75G1qoX22nZpe~jIER4vt7dfbhQg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=28

Acesso em: 25 mar. 2022.

SEVERO, Eliana Andréa *et al.* A influência das redes sociais sobre a consciência ambiental e a responsabilidade social das gerações. *, [S. l.], p. *, 7 ago. 2019.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/bbr/a/vpp54z8p37qTHCTdk3sWz6w/?format=pdf&lang=pt>.

Acesso em: 21 mai. 2022.

TALK SCIENCE: DAS REDES SOCIAIS AO RETORNO PRESENCIAL

MARIA EDUARDA EHLERT¹; AIRTON SINOTT²; GIULIANA PETIZ ZUGNO³;
PRISCILA MARQUES MOURA DE LEON⁴; MARIANA HÄRTER REMIÃO⁵; THAÍS
LARRÉ OLIVEIRA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – dudaaehlert1@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – antsinott@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – giulizugno@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – primleon@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br

⁶Universidade Federal de Pelotas – thais.larreoliveira@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A COVID-19, decretada pela Organização Mundial da Saúde como uma pandemia em março de 2020, mudou bruscamente o modo habitual de se viver. Contudo, a pandemia trouxe para as mídias sociais uma oportunidade ímpar para a divulgação científica. Este foi o momento não apenas de mostrar sua importância e qualidade, mas de promover a reaproximação necessária entre a ciência e a sociedade (ALMEIDA, et al. 2020), criando um vínculo entre os especialistas e o público em geral (NORUZI, 2008).

A extensão na educação superior brasileira permite o estabelecimento de vínculos entre universidade e sociedade, integrando o tripé acadêmico, junto com o ensino e a pesquisa (TEIXEIRA, et al. 2022). Assim, buscando não paralisar as atividades durante a pandemia, o projeto com ênfase em extensão intitulado “Talk Science: divulgação da ciência e da Biotecnologia”, que desde 2018 desenvolvia ações de divulgação científica em bares e pubs de Pelotas/RS, migrou para atividades remotas em uma ação denominada “Talk Science at Home”, popularizando temáticas sobre Biotecnologia através da plataforma Instagram (@talkscience_).

Ao chegarmos no ano de 2022, com a estabilização dos casos e óbitos decorrentes da COVID-19 através da aplicação em massa das vacinas contra a doença, algumas medidas preventivas foram flexibilizadas. Ademais, leis provenientes do Ministério da Educação, tais como a resolução CNE/CP nº 2, de 5 de agosto de 2021, em seu Artigo 7 cita: “Os sistemas de ensino Federal, Estaduais, Municipais (...) devem, assim, considerar a aplicação dos dispositivos legais em articulação com as normas estabelecidas por autoridades federais, estaduais, municipais e distrital dos sistemas de ensino, para a organização das atividades escolares e execução de seus calendários e programas ao início do 1º semestre do ano de 2022.”.

Nesse sentido, com foco na divulgação científica e propósito de que a sociedade se conecte com a ciência e compreenda que a biotecnologia está presente de modo diversificado em seu cotidiano, as atividades do projeto retornam gradualmente ao seu formato presencial. Portanto, o presente trabalho objetiva analisar o alcance de divulgações científicas por meio da plataforma Instagram, após dois anos e meio de constantes publicações semanais, bem como a transição e retorno do projeto aos eventos presenciais.

2. METODOLOGIA

Atualmente, a equipe do projeto conta com 12 participantes, sendo eles quatro da graduação, três da pós-graduação - dois externos e um vinculado à UFPEL - e cinco docentes do curso de Biotecnologia. O grupo se reúne mensalmente através da plataforma Google Meet para definir a organização de postagens e futuros eventos.

2.1. Instagram como meio de divulgação científica: no dia 8 de julho de 2020, o Talk Science começou suas postagens semanais na plataforma Instagram. Nos encontros virtuais da equipe são estabelecidos os calendários de postagens mensais, produzidos na plataforma “Canva” (<https://www.canva.com/>) de edição gráfica, bem como as sugestões de conteúdo. Ademais, todas as publicações possuem o referencial teórico disponível na legenda do post, para o internauta que desejar se aprofundar naquelas temáticas. E por último, todas as postagens passam pela avaliação e correção das docentes antes das publicações. No aplicativo Instagram, é recorrente a utilização da ferramenta *Insights*, um instrumento de análise, através da qual usuários podem acompanhar o desempenho de seus posts e entender o que mais agrada os seguidores e outras pessoas que chegam ao seu perfil (COSTA, 2020). Dentre os parâmetros analisados, deve-se dar destaque para o alcance, ou seja, dados que indicam o número total de usuários que visualizaram suas publicações, seja no *feed* ou nos *stories*. Esse indicador leva em conta não apenas a sua rede de seguidores, mas também pessoas que ainda não estão conectadas a você (LOUBACK, 2020). Com isso, foram realizadas comparações entre os quadros do projeto, a fim de analisar, após dois anos, quadros que possuem maior alcance ao público, bem como maior aceitação por meio de curtidas, compartilhamentos e salvamentos.

2.2. Fenadoce e o retorno ao presencial: após dois anos de atividades virtuais, no mês de junho de 2022, o Talk Science retornou aos eventos presenciais, junto ao estande da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), na Fenadoce, em Pelotas. Com o objetivo de popularizar temas acerca da ciência e da biotecnologia, bem como divulgar o curso de Graduação em Biotecnologia da UFPEL. Para isso, foram realizadas reuniões com a equipe a fim de confeccionar os materiais que seriam expostos no evento e definir as estratégias de interação com o público.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente (05/08/2022), o perfil @talkscience_ conta com 1.262 seguidores e 211 publicações, sendo 206 delas posts desenvolvidos durante a pandemia. Ademais, dentre os posts se encontram 7 *reels*, 2 *lives* científicas e 6 vídeos curtos de entrevistas com profissionais da área, um quadro denominado “*Talk Meeting*”. Deve-se enfatizar que a conta no Instagram contabiliza, em dois anos, o total de 9.357 curtidas, 1.925 compartilhamentos, 951 salvamentos e que os quadros mais produzidos pelos colaboradores foram: 35 postagens de “Talk News”, 26 de “Você sabia?”, 22 de “Explicando” e 21 posts de datas comemorativas e premiações.

Ademais, como foi salientado anteriormente, as informações sobre o alcance na plataforma são de grande importância. Portanto, através da ferramenta *Insights*, foram elencados os 15 posts mais relevantes da conta de acordo com seu alcance, os quais foram agrupados por tipo de quadro do perfil (Figura 1A), nos permitindo analisar quais quadros possuem mais contato com o público e, consequentemente, deixam a conta do Talk Science mais exposta para comunidade do Instagram.

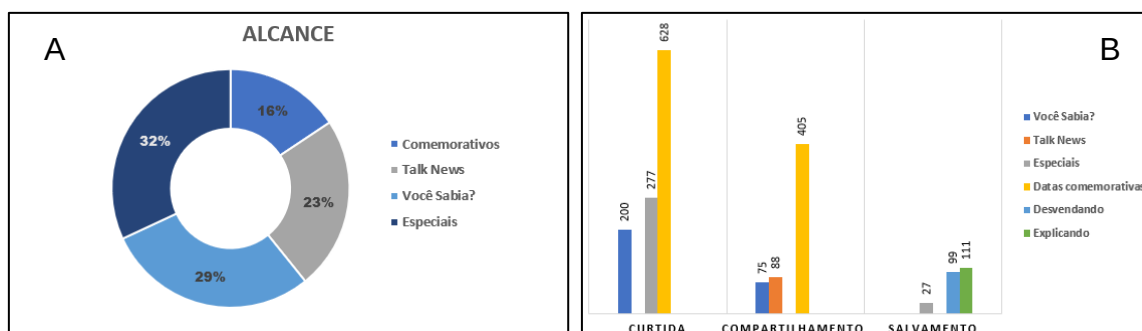


Figura 1: Relação dos 15 posts de maior relevância da conta @talkscience_ de acordo com alcance (A) ou curtidas, compartilhamentos e salvamentos (B), distribuídos por tipo de quadro, entre o período de 08 de julho de 2020 a 19 de julho de 2022.

Pode-se analisar que, postagens denominadas de “Especiais” possuem maior relevância e alcance ao público. Os posts categorizados como especiais são aqueles que relacionam datas especiais com humor, dando destaque para o post de 31 de outubro de 2021 denominado “Show de horrores para os pesquisadores” e do 24 de dezembro de 2021 chamado de “O que biotecnologistas gostariam de ganhar nesse Natal”, ambos com, respectivamente, 2739 e 2479 pessoas alcançadas. Ainda, deve-se salientar que os posts do quadro “Você Sabia?” possuem significativa relevância, com destaque para o do dia 3 de dezembro de 2020, intitulado “Você sabia que você pode fazer um teste genético sem sair de casa?”. Esses dados demonstram que posts lúdicos, com cunho humorístico, e relacionados ao cotidiano, possuem maior alcance de pessoas dentro da plataforma do Instagram.

Em relação a comparação entre curtidas e compartilhamentos (Figura 1B), a categoria de “Datas comemorativas”, que contempla datas importantes dentro da ciência e também premiações Nobel, possui uma alta discrepância em relação a outros quadros. Além disso, o quadro de posts “Especiais” também possui significativa importância, o que se deve, principalmente, ao alto nível de alcance dos mesmos (Figura 1A). Além disso, em relação aos compartilhamentos é importante dar destaque ao quadro “Talk News”, que traz notícias frescas do mundo da ciência e biotecnologia, justificando seu compartilhamento entre as redes sociais de perfis científicos. E por último, no que se refere aos salvamentos (Figura 1B), existe uma particularidade interessante, onde quadros como “Desvendando” e “Explicando”, que possuem um conteúdo mais denso, técnico e complexo, são os de maior relevância. Isso pode ser explicado, possivelmente, pelo interesse dos usuários em utilizar esses conteúdos posteriormente como materiais para estudo.

Por fim, para exposição do projeto na Fenadoce (Figura 2), a equipe ficou motivada com o retorno das ações presenciais. Foi montado um “mini laboratório” com diversas vidrarias, placas de Petri e falcons imitando meios de cultura para chamar atenção do público e simular o cotidiano de um estudante de biotecnologia. Ainda, foi desenvolvido um jogo didático sobre ciência para facilitar a conversa da comunidade com o grupo, que consistia em um jogo de cartas com temas de cunho biotecnológico, tais como: probióticos, cerveja, vacinas, fertilização *in vitro*, entre outros. O objetivo foi que o público iniciasse a conversa com conhecimentos gerais sobre o assunto escolhido e os alunos da graduação complementassem com curiosidades e informações mais aprofundadas sobre o tema, demonstrando a relação da biotecnologia com aquela temática.



Figura 2: Materiais e parte da equipe do projeto “Talk Science” no estande da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEL durante a Fenadoce 2022, em Pelotas/RS.

4. CONCLUSÕES

Pode-se concluir que o projeto Talk Science em sua versão “At Home” possui alto alcance à comunidade em geral, cumprindo assim seu perfil de projeto extensionista da UFPEL. Alguns quadros do perfil demonstram maior aceitação do público, com destaque para aqueles que salientam a aproximação da Biotecnologia ao cotidiano da população. Contudo, com a estabilização nos casos de COVID-19, vacinação da população e liberação de eventos em ambientes abertos e, considerando a motivação da equipe durante a ação presencial na Fenadoce, o projeto pretende voltar a realizar eventos presenciais na cidade de Pelotas para, assim, discutir ciência e biotecnologia de modo descontraído e para toda comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Carla; RAMALHO, Marina; AMORIN, Luís. **O novo coronavírus e a divulgação científica.** Agência Fiocruz, 2020. Disponível em: http://labds.eci.ufmg.br:8080/bitstream/123456789/16/1/o_novo_coronav%C3%ADrus_e_a_divulga%C3%A7%C3%A3o_cient%C3%ADfica.pdf. Acesso: 30 de jul. 2022.

COSTA, Marvin. **Como usar o Instagram Insights? Veja métricas de sucesso dos seus posts.** TechTudo, 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/07/como-usar-o-instagram-insights-veja-metricas-de-sucesso-dos-seus-posts.ghtml>. Acesso: 30 de jul. 2022.

LOUBACK, Ana Letícia. **O que é alcance no Instagram? Saiba conferir a métrica da rede social.** TechTudo, 2020. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2020/07/o-que-e-alcance-no-instagram-saiba-conferir-a-metrica-da-rede-social.ghtml>. Acesso: 30 de jul. 2022.

NORUZI, Alireza. **Science popularization through open access.** Webology, v. 5, n. 1, Mar. 2008. Disponível em: <https://www.webology.org/2008/v5n1/editorial15>. Acesso: 30 jul. 2022.

TEIXEIRA, D. et. al. **Desafios enfrentados na realização de atividades extensionistas comunitárias no retorno às atividades presenciais em um curso de graduação em medicina.** Revista Fluminense de Extensão Universitária, 2022. Disponível em: <http://editora.universidadedevassouras.edu.br/index.php/RFEU/article/view/3260>. Acesso: 30 jul. 2022

ANÁLISE DA ESTRUTURA DE PUBLICAÇÕES NO INSTAGRAM E SUA RELAÇÃO COM A TAXA DE REAÇÃO DO PÚBLICO

JOÃO VICTOR MOREIRA MOTA¹; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES
DOS SANTOS²

¹Universidade Federal de Pelotas – joaovmmota@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas, CCQFA – alinejoana@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A forma comunicacional entre as pessoas mudou em decorrência do coronavírus, a partir de 2020, acelerando a transição das relações para o ambiente virtual, o que vinha ocorrendo de forma mais gradual.

Dessa forma, o projeto de extensão TICs – Informação e Comunicação na Química, em parceria com o projeto de extensão Transfere – Mediação de Conhecimentos de Química entre Universidade e Comunidades vem atuando de forma a interagir com comunidades por meio de ambientes virtuais, a exemplo das redes sociais. As ações em parcerias buscam “contribuir para o processo de ensino e aprendizagem do público-alvo (a comunidade em geral), em processos de mediação que interrelacionam conhecimentos científicos e cotidiano” (SANTOS et al., 2020, p. 781).

O presente texto irá analisar os dados referentes à divulgação científica de materiais produzidos pelos grupos de trabalho em atuação conjunta, com base nos dados obtidos do perfil @projetotransfere no Instagram. A análise tem como objetivo compreender os resultados gerados a partir de mudanças na estrutura das publicações entre os anos 2020 e 2022, por meio da observação das taxas de interações com as publicações. Deste modo, a discussão propõe direcionar a um entendimento de como tem sido a adaptação da comunicação ao ambiente virtual.

2. METODOLOGIA

Foram selecionados para a análise os *posts* de carrossel, pois este formato de publicação é o que aborda mais conteúdos de química, com o segundo melhor resultado dentro do perfil, ficando atrás somente dos memes. Os memes são publicações de replicação de *posts* humorísticos, porém segundo Recuero (2008), mesmo que memes replicantes sejam mais epidêmicos, não detêm um potencial de variação elevado, de modo que a disseminação do conhecimento de química fica limitada. Portanto, o formato de publicação que demonstra a melhor relação conteúdo/alcance são os *posts* do tipo carrossel.

Os *posts* do tipo carrossel são compostos por sequências de fotos em um único *post*, que contam uma história (NOGUEIRA et al., 2021), e foram sendo modificados em quatro fases distintas durante 2 anos, de modo a alcançar melhor taxa de interação por parte dos usuários. Na fase 1, não haviam carrosséis e os *posts* eram *folders* informativos semelhantes aos materiais impressos produzidos pelo projeto em suas ações presenciais anteriores a 2020. A segunda fase foi marcada pela adaptação dos *posts* para o formato de carrossel, junto ao desenvolvimento de um padrão para os mesmos focado em limitar a quantidade de texto por imagem. A fase 3, é caracterizada pela diminuição de artifícios visuais por publicação e a mudança na estética das publicações. Por fim, na quarta fase iniciou-se o uso de fotos dos integrantes da

equipe nas publicações. Na figura 1, é possível observar um demonstrativo da estética visual em cada uma das fases.



Figura 1: Fases do projeto (1 a 4 no sentido da esquerda para a direita)

A primeira fase teve como principal objetivo rastrear a variabilidade de desempenho do uso da ferramenta de carrossel como mecanismo de disseminação do conhecimento de química não apenas da língua escrita, mas por signos e símbolos à direita de conceitos de modo a simplificar a narrativa (MCCLOUD, 2004), em busca de facilitar o entendimento em um ambiente tão competitivo de informação como os sites de redes sociais (SRS) (BRANCO, 2017).

O processo metodológico de arrecadação das informações baseou-se na variação de desempenho dos diferentes formatos utilizados para publicações no decorrer dos últimos dois anos. Por se referir a um estudo da fase experimental do projeto, é relevante salientar que as quantidades de publicações por fase variaram. As fases 1 e 3, caracterizadas por momentos mais transitórios da estrutura de publicação, demonstraram menor quantidade de *posts*. Por este motivo, além da média de reações de cada fase, foi analisada a variação de reação durante os 10 *posts* que transacionaram cada fase (sendo cinco *posts* da fase anterior e cinco da atual).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi possível observar um desempenho de 82% maior em *posts* que utilizaram o formato carrossel em comparação à proposta de *post* inicial (fase 1), e 92% de aumento no desempenho durante o processo de transição, como demonstrado na tabela 1. Ao considerar o estudo desenvolvido por Zimmerman (2020), *posts* de imagem única tendem a ter um desempenho menor do que *posts* em carrossel no *Instagram*. Deste modo, é possível perceber que a adaptação de formato para *posts* do tipo carrossel pode ter auxiliado na transmissão da informação já que seu desempenho melhorou na fase 2.

Etapas	Periodo	Dados			
		Posts analisados	Engajamento médio	Variação de engajamento	
				Pós-transição	Durante a transição

Fase 1	06/20 - 08/20	12	12,9	*	*
Fase 2	10/20 - 06/21	56	24,2	+82%	+92%
Fase 3	07/21 - 11/21	22	27	+11%	+26%
Fase 4	11/21 - atualmente	48	44	+63%	+64%

*Sem dados, pois não houve mudanças.

Tabela 1. Variações na taxa de engajamento.

Entre as fases 2 e 3, a menor variação pode ser explicada pelo fato de que a terceira fase limitou-se à diminuição dos elementos visuais e carga textual dos *posts*. Além do mais, uma outra explicação pode relacionar-se à saturação de conteúdo nos SRS (BRANCO, 2017), de modo que uma simplificação poderia corroborar com a melhoria no engajamento.

É interessante observar que a variação entre a fase 3 e 4 foi a segunda maior em resultado, com um aumento médio de 63% e, durante a transição, de 64%. Todavia, esta mudança de fase foi marcada principalmente por apenas uma mudança, a adição de fotos dos membros da equipe na capa das publicações. Este desempenho pode estar associado à tendência natural humana de focar sua atenção em rostos humanos, em comparação a outros elementos visuais. Segundo Johnson (1992), um recém-nascido (com cerca de nove minutos de vida) atende a certos movimentos de face, mas não a outros padrões de movimentos; e segundo Cialdini (2012), a identificação é um estímulo que gera empatia e facilita a aprovação de uma ideia. Portanto, o uso de fotos dos membros da equipe pode ter auxiliado no interesse e na identificação do conteúdo da publicação, como evidenciado pelo aumento no número de interações com as publicações da fase 4.

4. CONCLUSÕES

Com base na análise de cada uma das 4 fases, foi possível observar como as alterações na estrutura comunicacional dos *posts* em formato carrossel auxiliaram para a ampliação da taxa de reação. É evidente que tais estruturas propostas modificam e, ao mesmo tempo, geram limitações no processo de disseminação do conhecimento de química, principalmente, em relação às limitações de conteúdo textual. Entretanto, a mesma proposta possibilita uma interação lúdica que facilita a interação do usuário dos SRS com o conteúdo. É relevante salientar que tal estudo limita-se à análise de um fragmento da estrutura comunicacional, sendo que outros fatores, como sazonalidade, retórica, estrutura visual e o próprio algoritmo do ambiente virtual, são variáveis que podem afetar o desempenho das publicações. Assim, pode-se concluir que mesmo com a amplitude de variáveis que compõem o desempenho da comunicação nos SRS, o uso de imagem de pessoas, diminuição da quantidade de texto e os demais características analisadas no presente estudo podem contribuir para a melhora do desempenho em tais mídias.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANCO, S. Fake News e os caminhos para fora da bolha. **Interesse Nacional**, São Paulo, v. 38, n. 10, p. 51-61, ago./out. 2017. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4758>. Acesso em: 01 jul 2022.

CIALDINI, R B. **As armas da persuasão**: como influenciar e não se deixar influenciar. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

JOHNSON, M.H. **Biology and Cognitive Development**: the case of face recognition. Oxford: Wiley-Blackwell, 1992.

Nogueira, S. V.; Simão, M. A. S.; Araújo, M. do N.; Santos, F. B. dos; Oliveira, R. C. R. de. O uso do Instagram como ferramenta de marketing digital nas agências de intercâmbio da cidade de Maceió/Al durante a Pandemia Covid-19. **Congresso de Gestão, Negócios e Tecnologia da Informação – CONGENTI**, 2021. Disponível em: <https://eventos.set.edu.br/congenti/article/view/13605>. Acesso em: 22 jun. 2022.

MCCLOUD, S. **Desvendando os Quadrinhos**. São Paulo: M.Books, 2004.

RECUERO, Raquel da C. R. Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. **Revista Famecos**, [S.L.], v. 14, n. 32, p. 23, 14 abr. 2008. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2007.32.3411>.

SANTOS, A. J. R. W. A. dos; A. SANGIOGO, F.; PAULA, C. B. de; LAMPE, L.; MOREIRA, L. L.; SILVA, V. S. da. Mediação de conhecimentos de Química associados ao cotidiano através das ações de extensão do Projeto Transfere. In: MICHELON, F. F.; BANDEIRA, A. da R. **A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NOS 50 ANOS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS**. Pelotas: Editora Ufpel, 2020. p. 781-796. Disponível em: <http://guaiaca.ufpel.edu.br:8080/handle/prefix/5671>. Acesso em: 17 jun 2022.

ZIMMERMAN, S.B. **Instagram Engagement Study**. 2020. Social Insider. Disponível em: <https://www.socialinsider.io/data-geeks/Instagram-Engagement-Study.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2022.

ANÁLISE QUANTITATIVA DAS INSTITUIÇÕES DOS AUTORES DA REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA E SUSTENTABILIDADE (RBES)

GRACIELA BUCK¹; MARIA EDUARDA SILVEIRA DOS ANJOS ²; LEANDRO SANZI AQUINO³; GIZELE INGRID GADOTTI⁴; PATRÍCIA SOARES BILHALVA DOS SANTOS⁵; ANDRÉA SOUZA CASTRO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – graciela-buck@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – me.silveiradosanjos@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – aquino.leandro@ufpel.edu.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – gizele.gadotti@ufpel.edu.br

⁵Universidade Federal de Pelotas – patricia.santos@ufpel.edu.br

⁶Universidade Federal de Pelotas – andreascastro@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Desde 2015 a Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade (RBES) atua como um periódico online no Centro de Engenharias (CEng) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), com o objetivo de divulgar os resultados científicos em áreas sustentáveis da engenharia (OLIVEIRA, 2002). As revistas científicas são de extrema importância para o meio acadêmico, sendo uma fonte segura para obtenção e divulgação de conhecimento, atendendo à necessidade “por meios de comunicação eficientes, de alcance amplo e ilimitado, tanto para a divulgação quanto para a consulta de informações pelo público” (BURIN et al., 2014, p. 2).

As publicações da revista ocorrem em duas edições anuais, além de edições especiais com eventos parceiros. No momento atual está indexada no portal de periódicos UFPEL e disponível apenas em versão eletrônica. Segundo PACKER, “os periódicos brasileiros ocupam espaço e função importantes na comunicação da pesquisa científica nacional e são publicados majoritariamente em acesso aberto com alta visibilidade e acessibilidade” (PACKER, 2011, p. 28).

Desde sua formação, a revista possui publicações de autores de várias regiões do Brasil, sendo assim o seguinte trabalho teve como objetivo verificar em quais instituições de ensino e de que regiões do país os autores estão inseridos. O estudo também visa avaliar a abrangência geográfica da RBES, já que além do escopo científico é também de suma importância para as questões de avaliação perante a CAPES se a revista possui em alcance, local, nacional ou internacional.

2. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foi conduzida uma análise dos dados apresentados nas edições anteriores fornecido pelo portal “Periódicos UFPEL” (UFPEL, 2022). Foram verificadas as instituições de todos os autores com artigos submetidos e aceitos na revista, no período de 2015 a 2021. Com a assistência de uma planilha Excel os dados com o número de autores foram tabulados e demonstrados em formato de tabela. Também foi utilizado gráfico do tipo barras agrupadas, para apresentar os dados de autores por instituições e, gráfico tipo “pizza”, para demonstrar a quantidade de autores em cada região do Brasil.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

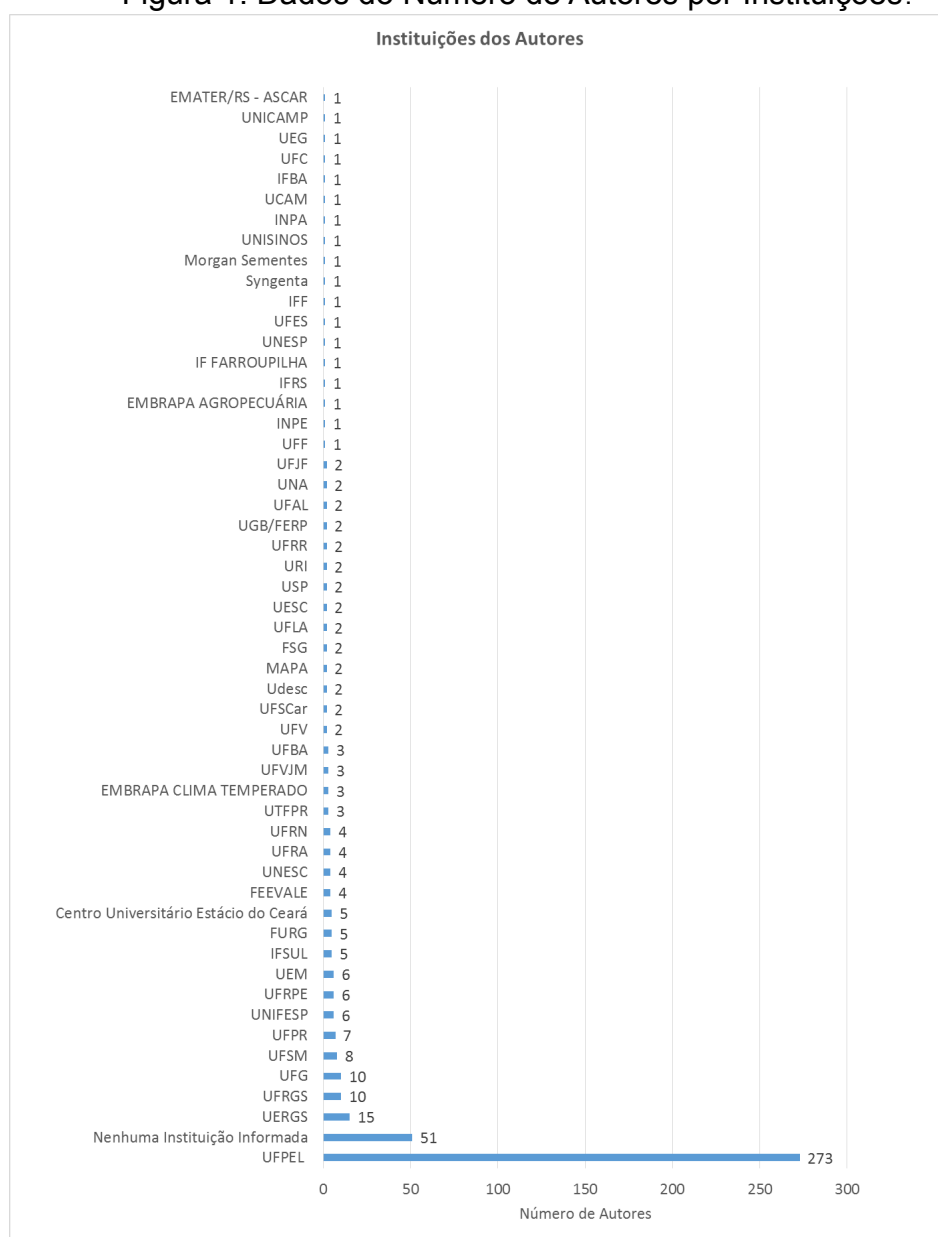
No período de 2015 a 2021 a RBES teve a publicação de 99 artigos em seu periódico, contabilizando um total de 481 autores, e tendo o maior número de autores no ano de 2018, conforme a Tabela 1.

Tabela 1. Número de Autores por Ano.

Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Número de Autores	12	86	104	110	69	52	48	481

Fonte: Autores, 2022.

Figura 1. Dados do Número de Autores por Instituições.

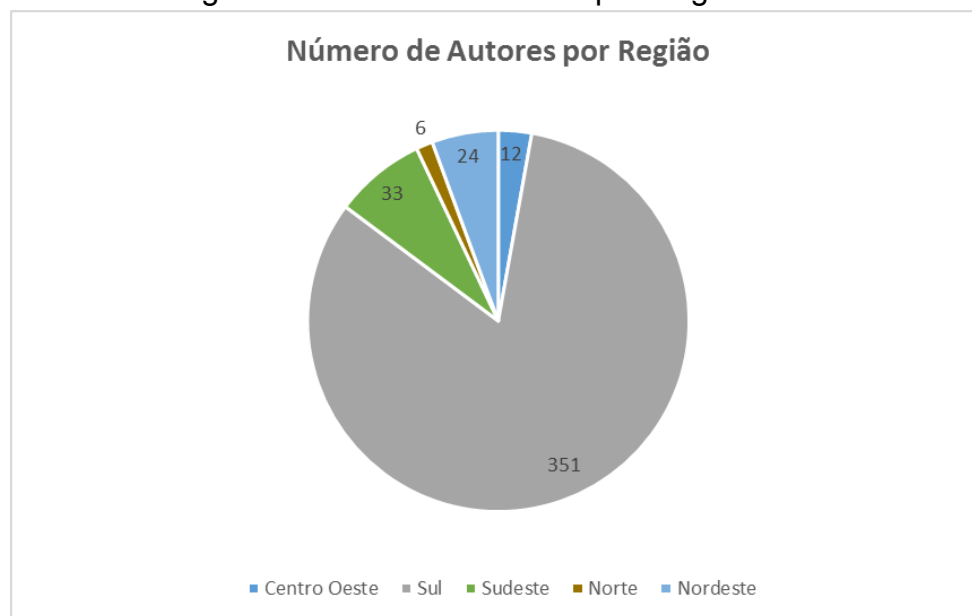


Fonte: Autores, 2022.

Conforme o Figura 1, é possível observar que no período de 2015 a 2021 a RBES, apresentou autores de 51 instituições brasileira, sendo que as cinco

instituições com maior número de autores são: UFPEL, UERGS, UFRGS, UFG e UFSM, representando 74,18% do total de autores das instituições. A Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) tem um destaque, possui 273 autores do total das instituições, ou seja 56,76% de todos os autores, uma justificativa para este fato é que a RBES está situada dentro da UFPEL na cidade de Pelotas/RS. Dos 481 autores presentes na revista, 55 não possuem informações de suas instituições, podendo também os mesmos não estarem ligados a alguma instituição.

Figura 2. Número de Autores por Região do Brasil.



Fonte: Autores, 2022.

O Brasil é dividido em cinco regiões geográficas, são elas: Centro Oeste, Sul, Sudeste, Norte e Nordeste. De acordo com o Figura 2, é possível verificar as regiões do país que pertenciam aos autores. Dentro dessa divisão verifica-se que a região Sul é a que possui maior número de autores, totalizando 351. A região Norte é a que possui menor destaque dentro do periódico, tendo apenas 6 autores. As regiões Sudeste e Nordeste também possuem uma pequena quantidade de autores dentro da revista, onde observa-se a importância de haver divulgação do periódico em redes sociais e ferramentas de comunicação. Salienta-se que para isso a revista tem como principal divulgação as redes sociais como: Instagram, Facebook e Grupos no Facebook.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se que a RBES possui autores de instituições espalhadas pelas cinco regiões do Brasil, tendo maior número de autores na região Sul, pelo fato de sua cidade sede (Pelotas/RS) estar dentro dessa região. Porém, com as novas tecnologias e ferramentas de divulgação do periódico, existe necessidade de aumento de sua abrangência em nível nacional e internacional.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BURIN, P. C. VARGAS; JÚNIOR, F. M. de; MOTOMIYA, A. V. de A.; CALDARA, F. R. A importância do desenvolvimento de revistas científicas em mídia digital: O caso da revista Agrarian. **Revista Agrarian**, v. 7, n. 23, p. 1-10, 2014.

OLIVEIRA, M.C. Análise dos Periódicos Brasileiros de Contabilidade. **Revista contabilidade & finanças**. USP, São Paulo; n. 29, p 68-86, maio/ago 2002

PACKER, A. L. Os periódicos brasileiros e a comunicação da pesquisa nacional. **Revista USP**, n. 89, p. 26-61, 2011.

UFPEL - Universidade Federal de Pelotas - **Portal de Periódicos da UFPEL Pelotas**. Acessado em 03 ago. 2022. Online. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/RBES/about>

A PRODUÇÃO DE PROGRAMAS TELEJORNALÍSTICOS NO PROJETO TV UFPEL EM PAUTA: DESAFIOS E REFLEXÕES

ANDRÉA CARDOSO DA SILVA¹; THAYLOR GABRIEL AMARILLO SOUZA²;
MARISA VIEIRA DE CAMPOS³; MICHELE NEGRINI⁴; MARISLEI DA SILVEIRA
RIBEIRO⁵

¹Universidade Federal de Pelotas – andrea.scardoso98@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – gabrielbelfagger@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – marisacampos00@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – mmnegrini@yahoo.com.br

⁵Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O ensino do telejornalismo é essencial nos cursos de Jornalismo e na formação de profissionais da área, e o projeto TV UFPel Em Pauta é um grande aliado nesta questão. O projeto oportuniza um espaço de aprendizado coletivo, em que estudantes que se interessam por telejornalismo e tem vontade de adquirir experiências, ponham em prática a teoria que aprenderam em sala de aula. Apesar de essencial, Emerim e Cavenaghi (2017) apontam que o ensino do telejornalismo, do ponto de vista técnico, que engloba sua apresentação, regras, técnicas e rotinas, é um desafio, por mexer com as “emoções” dos alunos como a timidez ou o exibicionismo, por exemplo. Além dessas já conhecidas adversidades, desde o início de 2020, os telejornais universitários, assim como todos os outros, passaram a enfrentar um problema muito mais sério: a Covid-19.

Devido ao novo Coronavírus, causador da doença Covid-19, diversas medidas de segurança foram impostas à população de todo o mundo, como o distanciamento social, o uso de máscaras, a higienização constante das mãos e de equipamentos de trabalho, entre outros. Essas medidas dificultaram muito o ensino do telejornalismo e a sua prática, através de projetos como o Em Pauta, e devido a esse cenário, se fez necessário pensar em mudanças pragmáticas em relação ao ensino do telejornalismo, como ressalta Negrini e Roos (2022). Nesse contexto, as atividades passaram a acontecer no campo virtual, e o projeto passou por muitas adaptações.

Antes da pandemia, o Em Pauta produzia telejornais quinzenais, com cerca de 20 minutos de duração, que iam ao ar na TV Câmara de Pelotas, através de uma parceria firmada com o curso de Jornalismo da UFPel. Entretanto, devido às novas rotinas de produção, os estudantes, com a orientação das professoras responsáveis, passaram a desenvolver programas mais curtos e remotos, chamados de Drops Em Pauta. Segundo Negrini e Roos (2022), a televisão e o telejornalismo foram ainda mais afetados do que os outros meios de comunicação, por terem a imagem como a base de suas transmissões, o que levou a grandes transformações, já que o distanciamento social impossibilitou que entrevistas presenciais fossem gravadas.

No formato Drops, foram gravados programas inteiramente remotos, feitos das casas dos repórteres, e com entrevistas gravadas pelas próprias fontes. Entretanto, em 2022, devido aos avanços da ciência, a vacina para a Covid-19 foi desenvolvida e permitiu que a população aos poucos voltasse à rotina. Em vista disso, as atividades acadêmicas começaram a ser retomadas dentro da maioria das universidades do país, e em meio a um contexto de retomada das atividades

presenciais, alguns programas voltaram a ter imagens e entrevistas gravadas presencialmente, e o projeto passou a atuar de forma híbrida. Sendo assim, o objetivo deste trabalho é descrever como o projeto de extensão TV UFPel Em Pauta se adaptou ao cenário de pandemia e ao período de retomada das atividades presenciais, na produção de telejornais universitários.

2. METODOLOGIA

A metodologia usada neste trabalho é o método descritivo, que de acordo com Gil (2017), é utilizado para descrever uma população ou fenômeno. Diante disso, o fenômeno descrito é a produção dos telejornais universitários, chamados de Drops Em Pauta, feitos dentro do projeto de extensão TV UFPel Em Pauta.

O processo de produção se inicia pelas reuniões de pauta, que são organizadas através da plataforma WebConf, da própria universidade. As professoras responsáveis pelo projeto 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. Os estudantes podem ser repórteres ou editores dos programas. Quando as pautas são presenciais, os alunos também podem atuar como cinegrafistas. Para a produção de cada Drops Em Pauta, é necessário escrever um roteiro, que contém os textos e imagens que precisarão ser gravados. Os roteiros são revisados pelas professoras, que sugerem alterações e melhorias. Após serem aprovados, os alunos que se encarregam de ser repórteres entram em contato com as fontes e solicitam uma entrevista gravada em vídeo. Em caso de pautas presenciais, 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 através de telefones celulares. Entretanto, o curso de Jornalismo também disponibiliza câmeras, que podem ser utilizadas pelos alunos nas produções. A última etapa do processo de produção dos Drops Em Pauta é a de edição dos vídeos, que é realizada através de programas de computador. Após a finalização, os programas são disponibilizados nas redes sociais Instagram¹ e Facebook² do projeto.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante o primeiro semestre de 2022, no período de retomada das atividades presenciais, foram produzidos 41 Drops Em Pauta, sendo 28 no formato remoto, 10 no formato híbrido e dois inteiramente no formato presencial. Como conteúdo híbrido, foram considerados programas que combinavam materiais gravados em casa com imagens externas.

A pauta “Formatura Institucional da UFPel em 2022”, que abordou as expectativas dos formandos para o evento, é um exemplo de Drops produzido no formato remoto, pois a repórter responsável gravou os conteúdos de casa, e as entrevistas foram gravadas mediante contato com as fontes e solicitação do envio

¹ Acesse a página do Instagram em: <https://www.instagram.com/empautaufpel>.

² Acesse a página no Facebook em:
<https://www.facebook.com/EmPautaUFPELwebtelejornalismo/>.

de um vídeo. Já o programa “Aumento no valor das passagens” é um exemplo de Drops híbrido, que noticiou o reajuste dos preços do Transporte Urbano de Pelotas e contou com uma filmagem externa, nas ruas da cidade, e com os outros conteúdos, da repórter e dos entrevistados, gravados de casa. Já como pauta presencial, ocorreu a cobertura do “Seminário Regional de Formação sobre a Lei da Escuta Protegida: Passo a passo para a implementação da Lei 13.431/17”. O evento teve o objetivo de tornar conhecida a Lei da Escuta Protegida e sua implementação em casos que crianças e adolescentes são vítimas ou testemunhas de violência.

Através dos resultados, percebe-se que foram produzidas mais pautas no formato remoto e híbrido. Mesmo com o relaxamento das medidas de prevenção ao Covid-19, como a não obrigatoriedade do uso de máscaras em alguns locais do município³ e o avanço da vacinação⁴, o projeto deu preferência pela produção de pautas não presenciais, a fim de assegurar a saúde dos participantes.

Entretanto, esse cenário de relaxamento das medidas de prevenção, somado ao retorno gradual das atividades presenciais da universidade, que começou no fim de 2021⁵, influenciou que aos poucos os alunos comesçassem a produzir pautas híbridas e presenciais. Essa perspectiva possibilitou que os estudantes do curso de Jornalismo voltassem a ter contato pessoalmente com as pautas e fontes, o que não acontecia desde 2019.

4. CONCLUSÕES

Devido às muitas transformações ocorridas nos últimos anos nas rotinas de produção jornalísticas, foi necessário uma dedicação coletiva para manter o projeto de extensão TV UFPel Em Pauta em funcionamento. Professores e alunos precisaram unir esforços para encontrar alternativas para que o projeto continuasse oportunizando um espaço de aprendizado, que aliasse a teoria e a prática do telejornalismo. Os telejornais universitários não foram os únicos que sofreram com essas mudanças, mas diferente de grandes conglomerados de mídia, a equipe do Em Pauta precisou usar os seus próprios equipamentos, como computadores, celulares, fones de ouvido e microfones, como também reflete Negrini e Roos (2022).

A pandemia deixou evidente o quão importante são as ferramentas virtuais, que se tornaram verdadeiras aliadas do telejornalismo, como aponta Souza (2020). E no caso do Em Pauta, uma das ferramentas essenciais para o desenvolvimento das atividades do projeto foi a plataforma WebConf, da UFPel, que permitiu que as reuniões fossem organizadas. Além disso, sem o auxílio das ferramentas virtuais, teria sido praticamente impossível realizar as entrevistas de uma forma segura.

Apesar das adversidades enfrentadas durante os piores momentos da pandemia, o Em Pauta conseguiu resistir através de esforços coletivos de

³ Notícia disponível em:

<https://www.pelotas.com.br/noticia/uso-de-mascara-passara-por-flexibilizacoes-em-pelotas>. Acesso em: 23 jul. 2022.

⁴ 73,2% da população pelotense tomou a terceira dose da vacina contra o Covid-19. Fonte: <http://painel-covid.pelotas.com.br/>. Acesso em: 23 jul. 2022.

⁵ Notícia disponível em:

<https://ccs2.ufpel.edu.br/wp/2021/10/27/apos-19-meses-ufpel-retoma-atividades-academicas-presenciais/>. Acesso em: 23 jul. 2022.

professores e alunos, e seguiu produzindo conteúdos relevantes e interessantes para a sociedade. A partir desse ano, o projeto começou a dar pequenos passos para voltar a sua rotina de produção anterior a pandemia, com gravações presenciais. Nesse cenário, foi possível produzir programas presenciais, como no caso do Seminário de Escuta Protegida, mas ainda assim se deu preferência para a produção de pautas híbridas ou totalmente remotas, como os programas sobre a formatura institucional e a do aumento no valor das passagens em Pelotas, a fim de preservar a saúde de todos os colaboradores.

Portanto, pode-se concluir que o projeto TV UFPel Em Pauta cumpriu o seu dever em relação ao ensino do telejornalismo e de se manter como um espaço de aprendizado dialógico e criativo, preparando os estudantes do curso de Jornalismo para o mercado de trabalho. Além disso, esse momento de retomada das atividades presenciais foi de suma importância, pois serviu como um ensinamento para que nos próximos semestres, o Em Pauta retorne sua produção presencial, seguindo as medidas de proteção necessárias, e melhorando cada vez mais a qualidade dos programas e do ensino do telejornalismo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EMERIM, Cárilda; CAVENAGHI, Beatriz. 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.

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 978-85-9701261-3.

RIBEIRO, Marislei da Silveira; NEGRINI, Michele. Caminhos do ensino, da pesquisa e da extensão na Universidade Federal de Pelotas: reflexões em tempos de pandemia. Pelotas: Editora da UFPel, 2022.

SOUZA, Jéssica Jorge Felipe de. Os desafios da reportagem em tempos de pandemia. Alguém precisa informar ao mundo. Central de notícias Uninter, 11 maio 2020. Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/os-desafios-da-reportagem-em-tempos-de-pandemia-alguem-precisa-informar-ao-mundo>>. Acesso em: 29 jul. 2022.

POR TRÁS DOS RÓTULOS: DESVENDANDO BEBIDAS

JULIANA VOLZ LUCAS¹; CHAYANE SENA DE MELO²; VALDECIR CARLOS
FERRI³

¹Universidade Federal de Pelotas – julianavolzluccas70@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – chayane-sena@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – ferriufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O mundo das bebidas é um assunto que desperta muito interesse entre os consumidores das mais diversificadas faixas etárias. Temas como elaboração de bebidas, industrialização, rotulagem, história e conhecimento de como harmonizar bebidas com alimentos vem sendo difundidas entre os meios sociais mundial. O despertar da curiosidade traz à tona a importância dos profissionais da área de alimentos estarem presente e atuantes no dia-a-dia da população, sendo para sanar dúvidas ou para ajudar a desmistificar os mitos e consolidar as verdades do universo das bebidas.

A internet possui a eficiência de conciliar a comunicação e a informação com o entretenimento, sendo uma excelente alternativa de conectar culturas opostas. As redes sociais se fazem presentes na vida de milhares de brasileiros, aplicativos como o *Instagram* atingem cerca de 0,54% acessos diários no Brasil (DRUBSCKY, 2015), outros exemplos de ferramentas interativas são o *Twitter*, *TikTok*, *Facebook*, *WhatsApp*, dentre outros. As redes sociais são meios tecnológicos que possibilitam que relacionamentos sociais ocorram virtualmente (MARIN et al., 2021).

Com o surgimento do SARS-CoV-2, também conhecido como coronavírus ou ainda Covid-19, a população mundial teve restrições sociais com as medidas de isolamento em prevenção ao vírus, (MARIN et al., 2021), com isto, aumentou-se o número de pessoas com redes sociais, e também aumentou o número de informações falsas relacionadas ao mundo das bebidas. As diversas mudanças de comportamento social fizeram com que a população ficasse mais presente na internet, entretanto, ganha-se espaço para informações inverídicas, as denominadas *Fake News* (NETO et al., 2020). Consequentemente mostra-se necessário a inclusão de projetos de extensão universitária com o intuito de auxiliar no combate de notícias infundadas.

A extensão nas Instituições de Ensino Superior, buscam promover o desenvolvimento humano e social de alunos, professores, funcionários e comunidade em geral, contribuindo para criar, aperfeiçoar e estabelecer um relacionamento de diálogo permanente e articulado entre a universidade e a sociedade (QUEIROZ NETO; ALVES, 2017).

Visando a exploração do mundo das bebidas, a desmistificação do que há por trás dos rótulos das mesmas e a interação entre a universidade e a comunidade, a fim de transcender o universo acadêmico e fortalecer uma relação dinâmica entre os dois lados, com o presente trabalho objetivou-se difundir e propagar do conhecimento do mundo das bebidas através do projeto de extensão vinculado a Universidade Federal de Pelotas, denominado Por Trás dos Rótulos: Desvendando bebidas.

2. METODOLOGIA

O projeto foi criado durante a pandemia do SARS-CoV-2, mais especificamente no dia 26 de agosto de 2021, por conta disso, a proposta inicial do projeto baseou-se no compartilhamento do conhecimento através da rede social *Instagram*, sem necessidade de encontros pessoais. Esse meio de comunicação, a partir do isolamento social, mostrou-se eficiente no auxílio da visibilidade de conteúdo, permitindo maior compartilhamento sobre a causa abordada na temática geradora do projeto e maior alcance da informação (ARAÚJO, 2015).

As postagens foram elaboradas de forma que se apresentassem interativas, além de informativas. Os textos das postagens são informativos, porém da forma mais enxuta possível para que fosse atrativo, sempre escritos pelas discentes e compartilhado com toda a equipe do projeto, antes de ser publicado em definitivo, sendo publicadas sempre nos dias e horas em que havia um maior número de seguidores online, de acordo com informações do próprio aplicativo. O conteúdo utilizado para as publicações provinha apenas de fontes de informações científicas, evitando *Fake news*.

Para contabilizar o retorno do público, verifica-se as ferramentas de *insights*, como interações, alcance, comentários, curtidas, compartilhamentos e salvamentos por parte dos internautas, bem como a interação através dos *story*. No ano seguinte da criação do projeto (Figura 1), o mesmo foi exposto no estande da UFPel que estava presente na Fenadoce, evento gastronômico que evidencia o valor turístico da cidade de Pelotas/RS.



Figura 1. Logotipo do Por trás dos Rótulos: Desvendando Bebidas

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A página do projeto no *Instagram* conta com 286 seguidores e possui 16 publicações até o momento. A postagem que alcançou um maior número de pessoas, tendo mais curtidas e salvamentos, foi a que explicava sobre vinho na lata (Tabela 1). As três postagens com melhor alcance no *Feed*, conforme demonstra a Figura 2.

Tabela 1. Vinho na lata: Publicação com maior alcance, curtidas e salvamentos.

Alcance	Curtidas	Salvos	Interações
377 internautas	38	6	67



Figura 2. Três postagens com melhor alcance do Feed no Instagram

Comparando o número de seguidores que a página tem com o número de contas alcançadas na publicação citada acima, pode-se afirmar que a postagem alcançou um público que ainda não seguia a página, ponto muito positivo, pois a ideia do projeto é compartilhar o conhecimento com o maior número de pessoas possível. Estima-se que só no Brasil o Instagram possui em torno de 95 milhões de usuários ativos, demonstrando o altíssimo alcance dos pesquisadores por meio dessas redes sociais (SILVA et al., 2020).

A publicação sobre chimarrão, por sua vez, foi a que obteve um maior número de comentários e compartilhamentos (Tabela 2).

Tabela 2. Chimarrão: Publicação com maior número de comentários e compartilhamentos.

Comentários	Compartilhamentos
12	20

O número de compartilhamentos que a postagem obteve é considerável, visto que, era uma página recente e que não abordava em suas publicações vídeos engraçados e “memes”, os quais geralmente viralizam. Mesmo assim, as publicações eram despojadas e interativas, contendo muita informação, o que pode explicar a vontade dos usuários de querer compartilhar com outras pessoas. Se o público-alvo tem as redes sociais como passatempo, levar conteúdo didáticos para esses ambientes torna-se interessante, principalmente, quando os temas forem dispostos na forma de posts atrativos e bem estruturados (SANTOS et al., 2022).

Em relação aos stories, o que abordava o assunto sobre saquê obteve um maior número de internautas que visitaram o perfil do projeto.

Tabela 3. Saquê: Story com maior número de visitas ao perfil.

Visitas ao perfil	7
-------------------	---

4. CONCLUSÕES

Durante o período decorrido do projeto, o qual continua ativo, averiguou-se que o projeto de extensão é um ótimo elo entre a comunidade e a universidade, pois permite a fixação dos conteúdos por parte dos discentes e a recepção de novas informações por parte da comunidade, além disso, por se tratar de um projeto virtual, foi possível alcançar um maior número de pessoas, as quais talvez não participassem se não fosse de forma virtual, assim sendo, o projeto Por trás dos rótulos: Desvendando bebidas, alcançando o seu objetivo de levar as informações sobre bebidas até a comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAVADA, G. S.; PAIVA, F. F.; HELBIG, E.; BORGES, L. R. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo?. **Braz. J. Food Technology**, Brasil, v.1, n.1, p. 84-88, 2012.

DRUBSCKY, Luiza. **Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil. Marketing De Conteúdo**. Junho, 2015. Disponível em: [:http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/](http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/). Acesso em 13 de agosto de 2022.

MACHADO, C. B.; NOGUEIRA, S. E.; BRIANCINI, T. P.; TOBAL, T. M. Avaliação do hábito de leitura e entendimento dos rótulos dos alimentos: um estudo em um supermercado na cidade de Santa Fé do Sul – São Paulo. **Revista Funec Científica – Nutrição**. Santa Fé do Sul (SP), v.1, n.1, p.1-11, 2013.

MARIN, Camila Burigo; PIRAN ZANATTA, Tainara Angela; TATI, Ursula Lima; PICOLOTTO, Rafaela. Extensão nas redes sociais: teria a pandemia mudado os hábitos da comunidade? **Extensão em Foco**, [S.l.], v. 23, n. 23, p. 50–69, 2021. DOI:10.5380/ef.v0i23.76490. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/extensao/article/view/76490>. Acesso em 13 de agosto de 2022.

NETO, M.; GOMES T.O.; PORTO, F.R.; RAFAEL, R.M.R.; FONSECA, M.H.S.; NASCIMENTO, J. **Fake news no cenário da pandemia de Covid-19**. Cogitare enfermagem, Rio de Janeiro, 20 de abr. 2020. Especiais. Acessado em 16 jul. 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/ce.v25i0.72627>

QUEIROZ NETO, J.B.; ALVES, L.S.F. Relato de Experiência: Projeto de Extensão em Parasitologia com escolares, professores e manipuladores de alimento como influenciador na formação acadêmica dos egressos de um curso de graduação em Enfermagem no semiárido brasileiro. **CONGRESSO INTERNACIONAL DA DIVERSIDADE DO SEMIÁRIDO**, 2., Rio Grande do Norte, 2017. **Anais...** Rio grande do Norte: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2017. v.1. p.6.

SANTOS, A.J.R.W.A.; SOUZA, E.V.; MOREIRA, L.L.; MOTA, J.V.M. As redes sociais aliadas à extensão universitária e sua contribuição na qualificação educacional. **Expressa Extensão**, Pelotas, v.27, n.1, p.47-62, 20022.

SILVA, L.M.C.; PEIXÔTO, V.E.V.T.; PADELA, N.F.; MARTELLETO, G.K.S.; DALLANORA, S.; HAGEN, M.E.K. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.7, n.3, p. 24890-24906, 2021

A DIVULGAÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO EM MÍDIA SOCIAL: A EXPERIÊNCIA DO PROJETO DE EXTENSÃO “CIÊNCIA FORA DA CAIXA”

LAURA ECHER BARBIERI¹; LAÍS BRAGA COSTA²; LUIZA TEIXEIRA NATALE³;
FILIPE OBELAR MARTINS⁴; SANDI MANCILIA⁵; SEBASTIAN SENDOYA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – laurabarbieri120@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – bibliolaib@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – luiza.lt.teixeira@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – obelar05@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – sandixavier2015@hotmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – sebasendo@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Os projetos de extensão podem ser entendidos como processos sociais e científicos de interações educativas e interdisciplinares que permitem envolver, por meio da troca de experiências, a universidade e a sociedade (CARDOSO et al., 2021). Nos últimos anos, atividades remotas se tornaram uma opção para estreitar essa comunicação, por meio de ferramentas como as redes sociais, que possibilitam a realização de ações de divulgação científica. Essas práticas têm o propósito de levar ao grande público a notícia e a interpretação dos progressos de pesquisas científicas, além de familiarizar a população com a natureza do trabalho da ciência e da vida dos cientistas (REIS, 2006).

Bueno (2010) destaca que a divulgação da ciência está associada, diretamente, ao seu público-alvo, o qual se beneficia com o desenvolvimento de ações que priorizam decodificar o discurso científico. Considerando que os projetos têm a intenção de democratizar o acesso a esse conhecimento, é de suma importância que esses tópicos sejam discutidos pelos extensionistas durante o preparo dos materiais de divulgação que serão expostos nas redes sociais e nas mídias de comunicação de massa.

As redes sociais estão se tornando efetivas ferramentas para comunicação e divulgação científica, pois exercem um importante papel na aproximação do meio acadêmico com a comunidade ao permitir demonstrar os diferentes aspectos da ciência (MASSARANI, 2002). Essas redes podem ser definidas como um conjunto de ferramentas virtuais de fácil utilização e acesso, o que permite a interação com pessoas e conteúdos de forma mais ágil, seletiva, interativa e atualizada (SILVA et al., 2002). Tendo em vista que tais redes já fazem parte do dia a dia de uma parcela significativa da população, Príncipe (2013) destaca que a adoção dessas redes, pelos cientistas, pode fortalecer e aprimorar a divulgação científica, a qual serve de apoio para uma melhor aproximação e comunicação entre universidade e sociedade.

Mediante o exposto, o presente trabalho tem por objetivo descrever as principais atividades desenvolvidas pelo projeto de extensão “Tirando a ciência da caixa preta: Divulgando o conhecimento na era digital”, denominado popularmente como “Ciência Fora da Caixa” em sua rede social, assim como apresentar as potencialidades de um grupo transdisciplinar para a divulgação científica.

2. METODOLOGIA

A criação e desenvolvimento do projeto partiu da iniciativa dos seus coordenadores, Sebastian Sendoya e Cristiano Iserhard, dirigentes do Laboratório

de Comportamento e Ecologia de Formigas e do Laboratório de Ecologia de Lepidoptera, respectivamente. No total, o projeto é atualmente composto por 11 integrantes, sendo dois professores da UFPel e alunos de graduação pertencentes aos cursos de: Ciências Biológicas, Jornalismo, Geografia, Psicologia, Museologia, História, Engenharia Eletrônica e Artes Visuais.

Para o planejamento das atividades ocorrem reuniões síncronas semanais entre os integrantes via sala do Webconf UFPel. Nesses encontros o grupo discute sobre o processo de criação das postagens que estão constantemente sendo desenvolvidas. Também, esses momentos servem para a organização de ideias e tarefas a serem realizadas ao longo da semana. A ata de cada reunião, o cronograma e as tarefas dos integrantes são compartilhadas no grupo do projeto no Whatsapp, de modo que todos possam ter acesso ao desenvolvimento das atividades de forma coletiva e organizada.

A plataforma Canva é utilizada como apoio para a realização das postagens. Essa ferramenta facilita a realização de materiais informativos com design criativo, tendo como propósito engajar a interação com o público alvo. Além disso, o projeto preza pelo desenvolvimento de material de divulgação com a utilização de imagens e vídeos reais dos temas abordados, que tem como origem fotografias de autoria própria ou imagens com licença “Creative Commons”, sendo sempre destacado o devido crédito. No caso de vídeos, as gravações são feitas com smartphones e as edições são feitas no programa DaVinci Resolve. Para divulgação o projeto utiliza como principal meio a rede social Instagram, no qual é possível gerar conexão e interação com os seguidores através das postagens de cunho científico nos stories e/ou no feed.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após um ano do início do projeto na rede social Instagram, conquistamos o total de 523 seguidores, sendo estes 65,8% de mulheres e 34,1% de homens com faixa etária entre 18 e 54 anos em ambos. Nossas postagens alcançaram, majoritariamente, o público brasileiro, sendo a região sul do Estado do Rio Grande do Sul a mais contemplada. No presente momento, o projeto possui um total de 40 postagens, as quais estão presentes em quatro principais quadros (Figura 1).

Figura 1: Capas das postagens no Instagram do projeto de extensão Ciência Fora da Caixa respectivas a cada um dos quatro principais quadros



Fonte: acervo Ciência Fora da Caixa.

O primeiro quadro refere-se ao “Dia a dia do pesquisar” que tem por objetivo divulgar o processo do fazer ciência em diversas áreas do saber. O cientista através da divulgação de sua pesquisa, demonstrando o cotidiano do seu trabalho, começa

a desmistificar a ciência para a sociedade. Para isso, foram gravados vídeos em que graduandos, pós-graduandos e/ou pesquisadores explicam, sucintamente, o processo de sua pesquisa com fotos e imagens para elucidar o espectador. Infelizmente, a pandemia do novo coronavírus levantou alguns obstáculos para a continuidade dessa atividade.

O segundo quadro do projeto intitulado “Ciência Fora da Caixa Indica” é nossa nova aposta para engajar nossos seguidores por meio de indicações de conteúdos diversos para complementar o tema da postagem semanal ou para discutir assuntos relacionados. Essas dicas apresentam-se em formato de podcast, vídeos do YouTube, filmes, séries, blogues e muito mais, com intuito de atingir públicos com interesses distintos por meio de recursos variados.

No próximo quadro utilizamos vídeos longos, de no máximo 10 min, para explicar assuntos elaborados como, por exemplo, a ecologia comportamental de alguns animais. Por meio dessa iniciativa se torna possível destrinchar assuntos e terminologias específicas de maneira didática, ilustrativa e significativa. Entretanto, os usuários do Instagram buscam na rede conteúdos que comunicam sua mensagem de maneira rápida (SILVA, et al. 2002), o que pode ter influenciado na baixa interação dos nossos seguidores com esses assuntos. Tendo em vista a necessidade de divulgar temas científicos com riqueza de detalhes e atrativos, o projeto pretende expandir suas atividades para o YouTube.

Por último temos o principal quadro do Ciência Fora da Caixa que consiste em publicações semanais norteadas por um tema do mês. Os assuntos mensais são decididos durante as reuniões online entre os integrantes, que logo se encarregam de elencar tópicos interessantes sobre a temática para o desenvolvimento dos materiais de divulgação. Artigos são utilizados como referenciais teóricos, sendo a base de todo processo de construção dos materiais para serem postados no Instagram do projeto. Esses momentos de discussão entre os integrantes sobre os conteúdos a serem abordados são de suma relevância tendo em vista a pluralidade de indivíduos que agregam, com diferentes perspectivas, na compreensão da ciência em sua complexidade e no percorrer do projeto com novas ideias.

A conexão entre diferentes áreas do conhecimento para a pesquisa e difusão de informação científica possibilitam aos estudantes de graduação extensionistas a ampliação da visão de mundo. Essa premissa transdisciplinar, segundo Alvares (2021, p. 68), é a “busca da unidade do conhecimento além das fronteiras disciplinares, [...] conferindo níveis profundos de transformação no ensino superior com vista à coprodução do conhecimento científico voltado ao bem comum”. Ao longo do projeto, os extensionistas em conjunto com os coordenadores foram adquirindo múltiplas aprendizagens, entre elas, a utilização de softwares para edição de vídeos e imagens; produção de textos com linguagem atrativa e acessível; capacidade de síntese dos conhecimentos científicos. Tudo isso foi possível pela troca de experiência entre os participantes e, principalmente, pelo engajamento do grupo no trabalho coletivo, fazendo-se presente mesmo em um ambiente virtual.

Levando em consideração a concepção de Chassot (2003, p. 93) sobre ciência e alfabetização científica: “a elaboração de um conjunto de conhecimentos metodicamente adquirido – é descrever a natureza numa linguagem dita científica. Propiciar o entendimento ou a leitura dessa linguagem é fazer alfabetização científica”. Percebe-se, nesse caso, a contribuição da transdisciplinaridade para o projeto de extensão, pois pretendemos por meio da utilização de variados recursos divulgar os conhecimentos científicos com o objetivo de desenvolver a alfabetização científica em nossos seguidores. Levando em consideração que essa alfabetização

deve auxiliar na construção de uma consciência mais crítica em relação ao mundo que nos cerca (SASSERON; CARVALHO, 2011).

4. CONCLUSÕES

O planejamento e a execução das atividades do projeto de extensão Ciência Fora da Caixa proporcionam aos alunos a oportunidade de experienciar momentos enriquecedores para suas formações acadêmicas através das reuniões e do trabalho conjunto na escolha de temas, busca de referências, produção de postagens, interação com o público e troca constante de ideias sobre as temáticas. Também o projeto possibilita o desenvolvimento de estratégias e habilidades para comunicação e divulgação científica, de forma a alcançar o público com uma linguagem acessível sobre os assuntos científicos. Ademais, através do uso de algumas estratégias para impulsionar o projeto, estamos percebendo que as redes sociais se mostraram um sistema informal eficiente para transmitir a informação, possibilitando o alcance rápido de pessoas e interações.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVARES, L. M. A de R. **Transdisciplinaridade de coprodução do conhecimento científico**. Resultado Parcial da Pesquisa de Pós-Doutorado. 2021. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <http://lillianalvares.fci.unb.br/phocadownload/Engin/CoproducaoConhecimentoCientifico15032021.pdf>
- BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, p. 1-12, 2010
- CARDOSO, M. C.; FERREIRA, C. P; DA SILVA, C. M.; MEDEIROS, G. de M.; PACHECO, G. VARGAS, R. M. Utilização das Redes Sociais em Projeto de Extensão Universitária em Saúde durante a Pandemia de COVID-19. **Expressa Extensão**, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 551-558, 2021. DOI:10.15210/ee.v26i1.19640. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/expressaextensao/article/view/19640>
- CHASSOT, Attico. Alfabetização científica: uma possibilidade para a inclusão social. **Revista Brasileira de Educação** [online]. 2003, n. 22 [Acessado 27 Julho 2021] , p. 89-100. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S1413-24782003000100009>>.
- DA SILVA, E. L; MENEZES, E. M; BISSANI, M. A internet como canal de comunicação científica. **Informação & Sociedade**, v. 12, n. 1, 2002.
- MASSARANI L, MOREIRA I de C, BRITO F. **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. 1ed. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.
- PRÍNCIPE, Eloisa. Redes sociais e a comunicação científica. In: ALBAGLI, Sarita (Org.). **Fronteiras da ciência da informação**. Brasília: IBICT, 2013
- REIS, J. Divulgação científica. **Revista Espiral – Revista Eletrônica de Divulgação Científica**, ano 7, n. 27, 2006.
- SASSERON, L. H.; CARVALHO, A. M. P. **Alfabetização científica: uma revisão bibliográfica**. Investigações em Ensino de Ciências, v. 16(1), p. 59-77, 2011. Disponível em: http://www.if.ufrgs.br/ienci/artigos/Artigo_ID254/v16_n1_a2011.pdf. Acesso em: 12 ago. 2022.

AÇÕES DO PROJETO DIÁLOGOS E VIVÊNCIAS EM QUÍMICA DE ALIMENTOS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

JULIA TORRES RAMALHO¹; BRUNA CARDOZO BARBOSA²; PEDRO FERNANDES VIANA³; ROSANE DA SILVA RODRIGUES⁴

¹ Universidade Federal de Pelotas (UFPeL) – jujuh.torres.96@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas (UFPeL) – brunah.cardozo9@gmail.com

³ Universidade Federal de Pelotas (UFPeL) – fernandes199921@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas (UFPeL), CCQFA – rosane.rodrigues@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão “Diálogos e vivências em química de alimentos” consiste de reuniões temáticas acerca de um item/aspecto atual ou recorrente na área de alimentos, divulgação do curso para a comunidade externa à UFPeL através de palestras acerca da atuação profissional e de temáticas de interesse coletivo na área de alimentos, entre outras ações, como realização de oficinas sobre higiene, manipulação, conservação, embalagem ou outro aspecto de garantia de uso e escolha de alimentos e melhor aproveitamento dos mesmos, diálogos acerca do andamento de pesquisas desenvolvidas na área e seu reflexo para o consumo saudável de alimentos, explicação elucidativa e desmistificadora do papel e das consequências dos novos alimentos e tecnologias no cotidiano, reflexões sobre aspectos sócio-econômico-culturais como referência na demanda e utilização de alimentos e formulação de novos produtos (SOARES et al., 2016 e RODRIGUES, 2017).

Devido à pandemia de Covid-19, nos anos de 2020 e 2021 não era possível a realização de atividades presenciais. Por isso, a exemplo de outros eventos, como relatado por MORAIS et al. (2020), foi necessário que as atividades fossem adaptadas para continuarem acontecendo de maneira remota.

A exposição da sociedade ao Sars-CoV-2 que ameaça a vida humana, principalmente em reuniões presenciais com proximidade ou contato dos corpos físicos, estimulou o interesse e a confiança das pessoas na ciência (SOS, 2021), incluindo questões relacionadas à higienização, aumento da imunidade, saudabilidade, entre outros, além da evolução da pandemia. Da mesma forma, cresceu também o compartilhamento de saberes da academia com a população (PIRES et al., 2021).

A ágora virtual contemporânea – a *internet* – possibilita explorar a comunicação síncrona mediada por artefatos culturais de aprendizagem como os aplicativos (*App*) que permitem as conversações em tempo real (COSTA, 2021), instrumento fundamental para que palestras, entre outros encontros e eventos, sejam factíveis e permitam a contínua interação entre academia e comunidade.

O trabalho objetiva relatar as ações no formato de palestras que foram organizadas pela equipe do projeto supracitado durante o período de pandemia 2020/2021, as quais visaram proporcionar experiências reflexivas e aplicáveis entre acadêmicos, professores e a comunidade externa sobre temas tradicionais, atuais e recorrentes relacionados à área de alimentos.

2. METODOLOGIA

O Projeto de extensão “Diálogos e vivências em Química de Alimentos”, registrado na PREC/UFPEL sob o número 362, conta com ações que proporcionam o contato entre a comunidade e a academia desde 2017 (BARBOSA e RODRIGUES, 2018). Considerando a pandemia de Covid-19, as ações ocorreram na forma remota nos anos de 2020 e 2021, organizadas pelos alunos estagiários com apoio do professor orientador e equipe.

Foram planejadas palestras *on-line* mensais buscando-se temas atuais da área de ciência e tecnologia de alimentos e com perspectiva de uso na indústria de alimentos. Para isso foram convidados profissionais com domínio de cada tema.

A divulgação de cada palestra à comunidade se deu através de cartazes veiculados em mídias sociais e a inscrição dos participantes foi feita através de formulário eletrônico, elaborado com base nas ferramentas do Google® (BARBOSA, 2018).

Cada palestra teve duração média de 1h e ocorreu na plataforma *on-line* WebConf (UFPEL). Durante o encontro, os ouvintes manifestavam dúvidas e ou comentários por escrito para explanação/discussão com o palestrante.

Ao final de cada palestra, os participantes preenchiam o formulário de avaliação e confirmação de presença, para emissão de certificados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No período de junho de 2020 a novembro de 2021 foram realizadas 17 palestras com diversas temáticas relacionadas à área de ciência e tecnologia de alimentos (Tabela 1). Nas palestras ocorreram explicações de conteúdos teóricos, relatos de experiências, bem como de vivências por parte dos palestrantes, mostrando a trajetória, tanto em atividades acadêmicas quanto na indústria de alimentos, além de abordagens sobre temas de interesse geral na área de alimentos.

Tabela 1- Palestras promovidas projeto “Diálogos e vivências em química de alimentos” durante os anos de 2020 e 2021

Título
A trajetória profissional do Químico de Alimentos
Oportunidades de mercado para o setor de alimentos
Boas Práticas de Fabricação/Serviços de Alimentação: o que 2020 trouxe de novo
Kombucha: atualidades e perspectivas
Compostos bioativos x processamento
Aproveitamento e desenvolvimento de novos produtos com soro de leite
PANCs: uma riqueza alimentar redescoberta
Amidos modificados: obtenção e aplicação
Benefícios do consumo de beta-glicanas
Química Verde: 12 Princípios para um Futuro Sustentável.
Perspectivas para a Indústria de Alimentos
Da planta para o corpo: fitoquímicos, sua função bioativa... e que isso tem a ver com sinais elétricos e inteligência em plantas?
25 anos do Curso de Química de Alimentos: inspirações e trajetórias
Entendendo a rotulagem dos alimentos
Kombucha: O que é? Quais benefícios? Como começar?
Desmistificando temas de interesse em alimentos
Atuação da Vigilância Sanitária Municipal em estabelecimentos de alimentação

Participaram das palestras 357 ouvintes entre alunos da UFPel e comunidade em geral. Verificou-se boa interação entre os envolvidos a partir dos comentários manifestados durante cada palestra.

Segundo os questionários de avaliação preenchidos, em média, 83,6% dos participantes consideraram “interessantes” as temáticas abordadas nas palestras. Embora o percentual de satisfação seja expressivo, os conteúdos e a forma de abordagem podem não ter sido totalmente claros em função da linguagem técnica que, mesmo adaptada, pode não ser entendível por qualquer ouvinte. Características do assistente como nível de instrução, conhecimento prévio do assunto, desinteresse pelo tema, entre outros fatores podem estar associados a este comportamento que refletiu na avaliação. Já sobre a abordagem dos palestrantes, 89,0% declarou entender a metodologia trazida pelos palestrantes em suas apresentações, todos instigando à participação e dispostos a dirimir eventuais dúvidas.

As atividades de extensão universitária se revestem de possibilidades de empreendimento de ações variadas, que possibilitam a interlocução dos conteúdos teóricos com as aplicações práticas, indo ao encontro dos anseios e requisitos da comunidade (SOARES et al., 2016).

Para que sejam atendidas estas premissas, a informação deve ser adequadamente assimilada, para que produza conhecimento, modifique o estoque mental de informações do indivíduo e traga benefícios ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que ele vive (BARRETO, 1994). Assim, deve-se analisar possíveis alternativas para que novos eventos deste tipo sejam satisfatórios para a totalidade dos participantes.

A experiência revelou a importância de se trazer temáticas para a comunidade acadêmica e externa utilizando a internet (*on-line*), ferramenta que permite a participação de mais pessoas devido à flexibilidade de horário e ausência de deslocamento e também a colaboração de profissionais não residentes na região onde os eventos são promovidos.

4. CONCLUSÕES

Com as palestras promovidas *on-line* devido à pandemia de Covid-19, conseguiu-se promover difusão de conhecimentos relacionados à área de ciência e tecnologia de alimentos para a comunidade interna e externa à UFPel, possibilitando aprendizados durante o período de distanciamento social. Outrossim evidenciou que o formato utilizado (*on-line*) permite o acesso de mais pessoas e de diferentes locais. As avaliações feitas das palestras foram satisfatórias e evidenciaram a importância deste tipo de ação. Indicaram também a necessidade de adequações para palestras futuras seja na abordagem ou na linguagem, dependendo dos participantes.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBOSA, G.G.R.; RODRIGUES R. da S. A experiência do egresso como ferramenta para a construção do profissional de química de alimentos. In: **SEMANA INTEGRADA DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO**, 1. Pelotas, 2018, Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Ensino da UFPel, 2018.

BARRETO, A de A. **A questão da informação.** Revista São Paulo em Perspectiva, Fundação Seade, v.8, n.4, 1994.

COSTA, A. M. F. R. da; ALMEIDA, W. C. de; SANTOS, E. O. dos. **Eventos científicos online: o caso das lives em contexto da COVID-19.** Revista Práxis Educacional, v. 17, n. 45, p. 1–16, abr./jun. 2021. Vitória Da Conquista. Bahia.

MORAIS, A. C. L. et al. EVENTOS ONLINE EM MEIO A PANDEMIA: RELATO DE PARTICIPANTES DA ESCOLA DE INVERNO DE BIOMECÂNICA. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 12, n. 1, 20 nov. 2020.

PIRES, Fabiana Schneider et al. O valor da ciência em meio à pandemia de covid-19: compartilhando saberes na educação e na saúde que se (re)fazem. **Saberes Plurais: Educação na Saúde**, v.5, n.1, p.1-4, 2021.

RODRIGUES, R de S. **Projeto de extensão diálogos e vivências em química de alimentos.** UFPel. 2017.

SOARES, L. S. et al. Diálogos e vivências em química de alimentos: ações em 2015. In: **SEMANA INTEGRADA DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO.** Pelotas, 2016, Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Ensino da UFPel, 2016.

SOS - State of Science Index. **World places hope in science.** Acessado em 01 ago. 2021. Online. Disponível em https://www.3m.com/3M/en_US/state-of-science-index-survey/

REVISTA PIXO E A EXTENSÃO EM UM NOVO CENÁRIO

EDUARDO DA SILVA E SILVA¹; PAULA PEDREIRA DEL FIOLE²;
EDUARDO ROCHA³

¹Universidade Federal de Pelotas – duardsv@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – delfiolpaula@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – amigodudu@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A Píxo - 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 que permeiam questões relacionadas à nossa sociedade contemporânea, trazendo discussões que vão além do ambiente acadêmico, mostrando narrativas que diariamente esbarram no cotidiano, em especial na relação entre a arquitetura e cidade, habitando para isso as fronteiras da filosofia da desconstrução, das artes e da educação, assim criando ações projetuais e afectos para uma ética e estética urbana atual.

Hoje, com 21 edições e cerca de 400 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 detém classificação prévia CAPES QUALIS-periódicos A4, 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 se aplica aos eventos de extensão organizados e realizados pela própria equipe da revista. Eventos esses que possuem a finalidade de ressaltar pautas temáticas relacionadas a última publicação do volume na revista, assim convidando os próprios autores para esclarecer todo o processo de criação, contando descobertas, dificuldades, processo de escrita, performance ou eventos ocorridos que considerem relevante abordar dentro desses diálogos. Vale ressaltar que todos esses encontros acontecem de forma digital, possibilitando novas narrativas que quebram barreiras e dificuldades antes estabelecidas pelas distâncias. A Revista Píxo, sendo uma revista digital, já nasceu e se adaptou a uma nova forma de leitura e consumo, experiências essas, que possibilitaram a revista aproveitar diversas formas de interações como canais de vídeos, redes sociais, um podcast que está em fase de processo, e eventos online capazes de reunir pessoas independente da sua localização.

Inseridos em um contexto atípico, a pandemia do COVID-19 foi responsável por novas formas de relações pessoais, onde o distanciamento social é o maior combate ao vírus depois das máscaras de proteção, paralelo a esse cenário, temos a tecnologia, que já passava por um processo acelerado de ferramentas inteligentes, possibilitando interações através de aplicativos, sites, redes sociais e videochamadas. A Revista Píxo que já atuava no Facebook desde a sua criação, ampliou seus meios de comunicação migrando para plataformas como Instagram (<https://www.instagram.com/revistapixo/>) e Youtube (<https://www.youtube.com/channel/UCDuLIC84tl61hCBMcijKM5A>), até que eventos online passaram a ser importantes espaços para troca de experiências em diversos nichos de interações humanas, principalmente no espaço acadêmico.

2. METODOLOGIA

A Revista Píxo decidiu dar vozes ao que antes eram apenas leituras, criando o evento Editor@s+Autor@s Encontros, cujo objetivo é estimular a discussão e a disseminação de escritos e pesquisas submetidos em cada volume. Os encontros são organizados para sempre ocorrerem sucessivamente a publicação mais recente, funcionando também como uma espécie de lançamento. As ações extensionistas são organizadas pela própria equipe da revista, sendo composta por professores, doutores, mestrandos e graduandos. A divulgação do evento é feita por meio de banners digitais que são divulgados nas redes sociais e no site da própria universidade, contendo todas as informações necessárias para o acesso ao evento (Fig.1).

Em consonância com Candello (2006) entendemos que as novas tecnologias da informação proporcionaram novos espaços de representação e elaboração de conhecimento, impactando significativamente no desenvolvimento, organização e valorização da informação. Nesse ponto as redes sociais são as principais ferramentas para divulgação do evento, proporcionando um alcance imensurável, possibilitando a revista de diversificar seu público como também explorar novas colaborações e debates acerca dos temas abordados.

Os autores das publicações são convidados a narrar a trajetória de criação do conteúdo, bem como o esclarecimento pela escolha do tema e todo o processo de construção que achar importante expor. Os encontros acontecem na plataforma do Google meet e são gravados para que possam ser assistidos posteriormente no canal do Youtube da própria revista, duram cerca de 1h a 1h30min, sempre mediados pelos editores responsáveis de cada volume. Durante os encontros há uma abertura nos diálogos onde qualquer participante pode tirar suas dúvidas e fazer contribuições, com o objetivo de fomentar discussões e aproximar o público com a pauta abordada.

A emissão dos certificados de cada encontro ocorre através do preenchimento de um formulário, onde os participantes preenchem com nome e e-mail para receber o certificado eletrônico. Após a realização do evento, a gravação recebe pequenas edições para ser adicionada no canal do Youtube da revista, podendo ser assistida sempre que houver interesse tanto do público já inserido nessa rede, quanto para aqueles que descobriram a revista em um outro momento. Criando assim um acervo online que pode servir como referência, ou enriquecer pesquisas que possam ter um tema relacionado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Desde que iniciou o Editor@s+Autor@s Encontros foram realizados 3 encontros, o primeiro encontro aconteceu no dia 24 de novembro de 2021, e teve como pauta “Pequenas Cidades: capturas diversas acerca desses espaços e experiências do menor” com o intuito de fomentar diversas capturas acerca das pequenas cidades/localidades, como intervenções e ocupações nesses espaços menores, com narrativas que dialogam com as artes, filosofia, geografia e outros campos similares. Sendo um volume dividido em duas edições, devido ao grande número de artigos submetidos, o segundo encontro ocorreu no dia 16 de março de 2022. Com o lançamento da N.21 “Ao sul do sul: artes, arquitetura e cidades de uma outra centralidade” foi explorado as diversas compreensões, correlações, transformações, capturas e intervenções que constituem um território em constante ressignificação, trazendo olhares e perspectivas que desconstróem uma visão já incorporada em territórios do sul. O encontro ocorreu no dia 14 de junho de 2022 (Fig.2).

Todos os encontros aconteceram entre as 17h e 18h30min, sendo estendidos a mais alguns minutos devido a quantidade de trabalhos a serem apresentados.

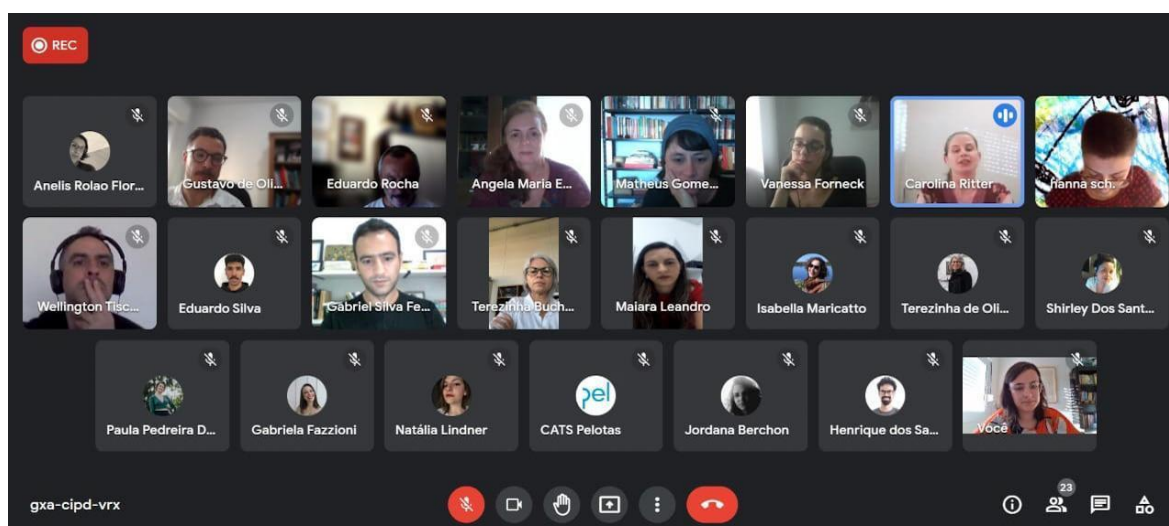


Figura 1: Primeiro Editor@s+Autor@s Encontros. Fonte: <https://www.facebook.com/revistapixo>, 2022.

As ações extensionistas de Pixo possibilitaram uma troca de experiências que ultrapassou fronteiras, usado a tecnologia para proporcionar aquilo que a revista preza em todos seus volumes, abordando diálogos e discussões que fomentam a pesquisa e o conhecimento para além dos muros da academia. Cientes, igualmente 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)

Em média, os encontros reuniram cerca de 25 participantes e os vídeos no canal do Youtube receberam uma média de 30 a 40 visualizações até a

publicação deste resumo. Dentre os benefícios observados nos projetos de extensão podemos citar, o amadurecimento das pautas, o aprimoramento das técnicas e a condução de eventos online, edição de áudio e vídeo, além da possibilidade de aprendizado e experiências com cada instituição parceira e cada entrevistado ou entrevistada.



Figura 2: Cartazes de divulgação Editor@s+Autor@s Encontros. Fonte: <https://www.facebook.com/revistapixo>, 2022.

4. CONCLUSÕES

A revista tem obtido importantes aprendizados e experiências enriquecedoras para a formação acadêmica e construção de estratégias para comunicação e divulgação científica, mesmo o projeto tendo iniciado recentemente suas atividades. Observa-se que, mesmo vivendo em um cenário desafiador e os pensamentos retrógrados das atuais lideranças do nosso país, as instituições públicas trabalham esforçadamente pelo avanço científico do nosso país, se adaptando e inovando para democratização do conhecimento.

As ferramentas virtuais são responsáveis pela criação de uma maneira diferente de se fazer extensão, permitindo que, a partir das redes sociais, ocorresse uma expansão e aproximação ainda maior com as comunidades. O que era visto como uma adaptação decorrente de um cenário social se tornou uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento extensionista, mostrando, enfim, que o meio virtual nos une cada vez mais e ressalta a essência da extensão: a troca de experiências entre as instituições e a comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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: <<https://livrozilla.com/doc/616606/a%C3%A7%C3%B5es-transformadoras---universidade-s%C3%A3o-judas-tadeu>>. Acesso em: 30/07/2022.

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.

PODCAST: NÃO ERA UMA VEZ

LUANA DURANTE OLIVEIRA¹; LORENA ALMEIDA GILL²

¹Univesidade Federal de Pelotas – luanadurante@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – lorenaalmeidagill@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O PET Diversidade e Tolerância (PET DT) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEl) é um Programa de Educação Tutorial (PET) destinado a alunos em vulnerabilidade social. Atualmente, o PET DT é composto por 12 bolsistas, os quais estão vinculados a projetos de ensino, pesquisa e extensão. O grupo é constituído de modo interdisciplinar, por acadêmicos de variados cursos da graduação. Nele, os bolsistas possuem autonomia para criarem projetos e atividades temáticas, todos orientados pela tutora do grupo. Os projetos podem ser conferidos na página do PET DT¹.

Posto isso, o presente trabalho tem como intuito apresentar os processos do projeto de *podcast* chamado “Não Era Uma Vez”, recentemente iniciado no PET. O programa tem como objetivo conhecer os diversos contos de fadas e perceber suas transformações ao longo dos anos, analisando o contexto histórico, o público alvo e o meio de circulação; criar uma visão crítica sobre os assuntos abordados em cada conto, sobre o processo de adaptação, através de uma conversa no formato *podcast*.

Segundo Medeiros (2006), a raiz do termo *podcast*, remete-se ao nome do tocador da Apple, que segue a junção do pronome “I” (em inglês, Eu) com a designação do produto em questão. Tal forma de nomeação é vista em produtos, como o *iPad*, *iPhone* e *iMac* da marca. Em vista disso, surge a dúvida do significado da palavra Pod, sufixo do nome do tocador de áudio que “batizou” o *podcast*.

2. METODOLOGIA

Para criar um *podcast* é preciso mais do que uma simples gravação. O ideal é o programa ter um planejamento e um tema bem definido, com roteiros para os episódios, um software para gravação e edição (como Anchor) e uma boa distribuição nos agregadores de *podcast* e plataformas de streaming,

Sendo assim, a construção dos episódios se dá em partes. Primeiro define-se o tema do *podcast* no geral, com base nas perguntas: “o que vamos falar?”, “o *podcast* vai ser sobre um único assunto?”. A partir disso, pode-se pensar na identidade visual do mesmo. Na pré-produção, cria-se um planejamento e um cronograma dos assuntos que serão abordados nos episódios, porém o cronograma e os temas podem ser modificados caso haja necessidade. Depois, se inicia a pesquisa sobre o tema, para que o mesmo seja embasado em estudos realizados. Em seguida, cria-se um roteiro para o episódio, pois apesar do formato livre, é importante que os *podcasters* tenham um roteiro para se guiarem como um todo no episódio. Por fim, depois de pronto parte-se para a gravação. Para ela é ideal um ambiente limpo sonoramente para melhor

¹ Página do PET DT disponível para acesso em: <<https://wp.ufpel.edu.br/petdiversidade/>>.

qualidade do áudio. Na pós-produção partimos para a edição do áudio, nele é adicionado a trilha de abertura, efeitos que julga-se necessário e o tratamento do áudio em si. Depois de tudo pronto, o áudio é postado e compartilhado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O *podcast* “Não Era Uma Vez” ainda está no seu início. O grupo tem compartilhado os episódios em suas redes sociais com o intuito de conquistar um maior público. Seus episódios estão sendo alocados na plataforma de streaming *Spotify* e podem ser escutados por assinantes e não assinantes. Ademais, o mesmo possui uma identidade visual para sua capa finalizada. Pensa-se em alguns episódios terem capas especiais, a fim de chamar a atenção do público. Até o momento da escrita desse resumo o projeto ainda não abordou nenhum conto de fadas.

Entretanto, é importante salientar que os próximos episódios já possuem um tema pré-definido e ainda, contarão com a participação de alguns petianos do grupo que serão convidados a participarem dos episódios. Na ordem: “A ideia do *podcast* e suas expectativas”; “Branca de Neve e os Sete Anões: um final macabro”, no qual falaremos sobre o assassinato da madrastra de Branca de Neve; “Cinderela: o conto vietnamita chamado *TAM CAM* e outros”; “João e Maria: sequestro, canibalismo e assassinato” e “Chapeuzinho Vermelho: o lobo humano”, em que falaremos sobre a questão do conto ser visto como um aviso para as moças não se aventurarem na floresta sozinhas, para não serem violentadas. Cabe acrescentar que o trailer e o episódio introdutório já estão disponíveis e podem ser conferidos no serviço de streaming de música, *podcast* e vídeo *Spotify*: “Não Era Uma Vez”².

Figura - Capa do *podcast* “Não Era Uma Vez”.



Fonte: Arquivo pessoal.

² Programa “Não Era Uma Vez” disponível para acesso em:
<<https://open.spotify.com/show/3FGuPfDnhOpo0l0svEsNUI?si=a94b81c4994f44ee>>.

As primeiras menções ao termo surgiram por volta dos anos 2000, em uma época em que os indivíduos ainda estavam criando mais intimidade com a *internet*, tornando-se mais ativos nas tomadas de decisões sobre qual tipo de conteúdo consumir. Segundo o próprio *Spotify* no Brasil, foi em 2006 que surgiram os primeiros *podcasts*, o “Nerdcast” e o “Café Brasil”, que existem até hoje, inclusive. Porém, foi em 2014 que ocorreu o primeiro *boom* de audiência, com o programa americano chamado *The Serial*. Nele uma jornalista revisitava um caso de assassinato antigo, com depoimentos da época e atuais, levantando uma série de questionamentos. De lá pra cá, as empresas foram sinalizando crescente interesse no formato, como o próprio programa de streaming *Spotify*.

Com a difusão de aparelhos reprodutores de conteúdo, o processo de disponibilização de programas em rádio para *download* na *internet* foi propagado. Embora o nome faça menção ao *Ipod*, os *podcasts* não ficaram restritos neste tocador. Recentemente, um programa da *Folha de São Paulo* chamado “A Mulher da Casa Abandonada”³ apresentado pelo jornalista Chico Felitti, ficou muito popular entre os ouvintes, atingindo até aqueles que não tinham o costume de acompanhar *podcasts*. Após seu lançamento, a *Folha* divulgou que as denúncias de trabalho doméstico análogo à escravidão, tema do *podcast*, aumentaram 123%, demonstrando o quão interessantes e importantes podem ser os programas de *podcasts*. Para mais, programas de *true crime*⁴ marcam presença entre os mais populares como o “Modus Operandi”⁵ apresentado por Mabê Bonafé e Carol Moreira, que recentemente lançaram até um livro sobre o mesmo (*Modus Operandi: Guia de true crime*, Intrínseca; 1ª edição, 21 junho de 2022).

Cabe lembrar que, os programas apesar de serem muito populares atualmente, ainda são frequentemente associados ao rádio, e de fato, não dá para negar que os *podcasts* se apresentam e trazem em sua essência uma versão inovadora dos programas radiofônicos, inclusive, o mesmo pode existir em formato de vídeo também, em decorrência do desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, e da democratização do acesso à *internet* que a sociedade vivenciou nos últimos anos. Sendo assim, o *podcast* firmou-se como alternativa tecnológica de construção e difusão do conhecimento, ressaltando-se suas características de viabilidade de produção e amplitude de difusão.

Ademais, a “comunicação” designada por Paulo Freire diz respeito à “co-participação no ato de pensar” (FREIRE, 1971, p. 66) entre os sujeitos. E pode ser associada ao formato *podcast* quando analisamos seu formato de conversa e debate sobre o assunto tema que rege cada episódio.

4. CONCLUSÕES

O *podcast* “Não Era Uma Vez”, desenvolvido dentro do PET Diversidade e Tolerância da Universidade Federal de Pelotas, apesar de ainda estar em seu início é um projeto de extensão muito frutífero, visto que durante a pesquisa do material os petianos que se envolvem no mesmo acabam aprendendo mais sobre os assuntos tratados, adquirem novas habilidades e se preparam para o

³ Podcast da Folha de São Paulo: “A Mulher da Casa Abandonada”. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/0xyzsMcSzudBlen2Ki2dqV?si=ee5b26fff5314fc1>>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

⁴ Filmes, séries e livros que exploram a motivação e o desenrolar de crimes reais.

⁵ Podcast da Globoplay: “Modus Operandi”. Disponível em: <<https://open.spotify.com/show/1k2AsiW1iHQBnqOVcmmWDW?si=0f32042c5a074380>>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

aprimoramento e qualificação da vida acadêmica e profissional. Ademais, o material ao ser postado e compartilhado, dá espaço para os estudantes exporem suas opiniões e impressões, e é também um meio para a socialização dos temas trazidos nas conversas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A Mulher da Casa Abandonada. Chico Felitti. Folha: São Paulo, 2022. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/0xyzsMcSzudBlen2Ki2dqV?si=ee5b26fff5314fc1>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

BETTONI, Natalie Vanz. Denúncias de trabalho escravo doméstico duplicam após lançamento de A Mulher da Casa Abandonada. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 de julho de 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/07/denuncias-de-trabalho-escravo-domestico-duplicam-apos-lancamento-de-a-mulher-da-casa-abandonada.shtml>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971.

MEDEIROS, Macello Santos de. Podcasting: um antípoda radiofônico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO, 29, 2006, Brasília. Anais... Brasília: 2006. Disponível em: http://www.ufrgs.br/estudioderadio/wp-admin/textos/convergencia_tecnologica_ferreto.pdf. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

Modus Operandi. Mabê Bonafé e Carol Moreira. Local: São Paulo, 2022. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/1k2AsiW1iHQBnqOVcmmWDW?si=0f32042c5a074380>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

Não Era Uma Vez. Luana Durante Oliveira. Local: Pelotas, 2022. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3FGuPfDnhOpo0I0svEsNUI?si=a94b81c4994f44ee>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

PET Diversidade e Tolerância da Universidade Federal de Pelotas. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/petdiversidade/>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

O que é que o podcast (BRASILEIRO) tem?. **Spotify Advertising**. 2018. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/noticias-insights/o-que-que-o-podcast-brasileiro-tem/>. Acesso em: 08 de agosto de 2022.

A EDUCOMUNICAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DE PODCASTS: DESAFIOS E REFLEXÕES DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2022

MARISA VIEIRA DE CAMPOS¹; ANDRÉA CARDOSO DA SILVA²; MICHELE NEGRINI³; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – marisacampos00@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – andrea.scardoso98@gmail.com

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

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

1. INTRODUÇÃO

“A Educomunicação no Desenvolvimento de Podcasts” é um projeto de extensão criado em 2020 no curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O projeto propõe aos alunos a elaboração de produções de podcasts com pautas sobre diversos temas focados nas áreas de educação, comunicação, trabalho, saúde, cultura, social e política, desta forma, trabalhando sempre em conjunto com outras instituições públicas de ensino, buscando juntar a comunicação e a educação nas ações propostas.

Conforme as adaptações definidas pelos órgãos de saúde devido à pandemia de Covid-19, em dois anos, o projeto, como todas as atividades acadêmicas da UFPEL e da instituição de ensino parceira, precisou se adequar à nova realidade da sociedade, refletindo em alternativas de continuidade das ações do projeto iniciado em 2020, já imerso no período pandêmico. Por isso, o presente trabalho tem como objetivo relatar a definição da educomunicação, o advento do Podcast e as atividades realizadas no projeto de extensão no primeiro semestre de 2022, que resultou na parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) Campus Rio Grande, na produção de episódios para o podcast Rádio na Mão. Além do Rádio na Mão, o projeto também produz o podcast Educomunicação em Foco, que conta principalmente, com a produção de episódios pelos alunos do curso de Jornalismo.

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. Sendo assim, a educomunicação é o conceito que integra os estudos dos sistemas de comunicação em ambientes educativos, a partir desta interrelação o projeto trabalha a produção de podcasts.

Além do mais, o podcast é um meio de comunicação digital que está se popularizando muito no Brasil nos últimos anos¹, principalmente durante o período de isolamento causado pela pandemia, momento em que as pessoas procuravam meios de entretenimento ou novos formatos de acompanhar as principais notícias. Assim, foi escolhido como meio de comunicação para ser desenvolvido no

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>.

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 aplicada nas atividades do projeto de extensão se refere ao método descritivo (GIL, 2017), a pesquisa trata-se sobre a descrição do propósito de levantar as opiniões de um determinado grupo, com suas atitudes e crenças, a partir de técnicas padronizadas. Nesse caso, as técnicas padronizadas conceituadas pelo método descritivo são as produções dos episódios dos podcasts do projeto “A Educomunicação na produção de podcasts”.

A organização das atividades do projeto foram realizadas através de reuniões de pauta semanais que ocorreram na plataforma de videoconferências da UFPEL, o Webconf. As reuniões semanais definiam as escolhas dos temas dos episódios, o cronograma de postagens, as fontes de informação a serem consultadas, as divisões de cada equipe e o acompanhamento das produções. Além disso, houve a divisão de três grupos de alunos para as produções dos episódios do Educomunicação em Foco e do Rádio na Mão. Para o podcast Educomunicação em Foco foram divididos dois grupos de seis e três participantes e para o Rádio na Mão era formada a equipe com seis alunos do curso de Jornalismo, além de cinco estudantes do IFRS Campus Rio Grande.

Cada passo do processo de escolha dos temas, elaboração das atividades, cronograma, entrevistas, revisões dos roteiros e gravações foram supervisionadas pelas professoras responsáveis pelo projeto. Logo após, todo o trabalho de apuração da pauta, os roteiros com todo o processo da construção do episódio eram redigidos e enviados para a aprovação das professoras, com a revisão e aprovação, os integrantes do projeto gravavam suas locações através dos gravadores de voz gratuito de celulares, e a edição do conteúdo era realizada no programa livre de edição digital de áudio gratuito, *Audacity*.

Com o episódio pronto e finalizado, o conteúdo era disponibilizado através da plataforma de criação e distribuição de episódios de podcasts gratuito, criado pela plataforma de *streaming* Spotify, o Anchor², logo após, era realizado a divulgação dos episódios dos programas por meio de postagens no perfil do Instagram do Educomunicação em Foco³ e do Rádio na Mão⁴.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante o primeiro semestre de 2022 foram produzidos 12 programas, totalizando o trabalho realizado nos dois podcasts do projeto de extensão. Para o Educomunicação em Foco, os alunos do curso de Jornalismo elaboraram 7 episódios, sendo os seguintes temas abordados: “Video Games e Educação: como os jogos ajudam no aprendizado dos jovens?”; “Mulheres, maternidade e empreendedorismo: A jornada dupla de trabalho para empreendedoras”; “Curso capacita profissionais da rede básica de saúde em cuidados paliativo”; “Projeto

² Confira o perfil com todos os episódios do Educomunicação em Foco no Anchor em: <<https://anchor.fm/educomunicacao-em-foco>>; e do Rádio na Mão: <<https://anchor.fm/radio-na-mao>>.

³ Perfil no Instagram do Educomunicação em Foco em: <<https://www.instagram.com/educomunicafoco/>>.

⁴ Perfil no Instagram do Rádio na Mão em: <<https://www.instagram.com/radionamaopodcast/>>.

Ruas de Lazer busca valorizar os espaços públicos de Pelotas”; “A expectativa para a Fenadoce 2022”, e “Retorno às aulas presenciais: Quais as expectativas e como a UFPel se prepara para receber os alunos”.

Para o podcasts Rádio na Mão foram publicados 5 programas, sendo eles respectivamente: “Aumento do número de leitores durante a pandemia”; “Eleições 2022: a importância dos jovens para a democracia”; “Edição Fato na Mão: O sequestro internacional do nosso ET brasileiro”; “RAP: O olhar de artistas do extremo sul do país sobre a cena musical riograndina” e “Edição Fato na Mão: Emagreça 1kg a cada minuto deste podcast”. Os episódios disponibilizados nos dois programas de podcasts contaram com entrevistas com especialistas das áreas citadas, a consulta da opinião dos jovens nos temas voltados para este tipo de público específico, relatos de artistas nos temas culturais e empreendedoras no episódio que tratou sobre o empreendedorismo feminino, com objetivo de buscar a pluralidade de visões nos programas de podcasts.

Particularmente, o episódio “Os efeitos da pandemia no retorno presencial das aulas do ensino médio”, publicado e disponibilizado no Educomunicação em Foco, foi produzido por todos os integrantes do projeto de extensão com entrevistas com professores dos municípios da região sul do estado que são Pelotas, Rio Grande e Camaquã, e, além disso, a contribuição de um aluno do IFRS Campus Rio Grande, encerrando as atividades do primeiro semestre de 2022.

4. CONCLUSÕES

As produções dos programas desenvolvidos nos podcasts do projeto no primeiro semestre de 2022, demonstram que a prática do conceito da educomunicação garante resultados eficientes e duradouros no avanço da aprendizagem, na forma da integração e a troca de saberes entre os envolvidos nas produções, mesmo em períodos delicados como a pandemia da Covid-19.

Apesar das dificuldades que professores e os alunos das duas instituições de ensino parceiras enfrentaram para se adaptarem ao ensino remoto e o aperfeiçoamento dos meios digitais, como o constante uso do celular, o uso de plataformas online como o Webconf, o editor de áudio Audacity, as estratégias de divulgação nas redes sociais e a publicação dos programas através do Anchor, o projeto manteve sua grande qualidade em cada episódio publicado.

Portanto, o projeto de extensão “A Educomunicação no Desenvolvimento de Podcasts” fortalece o trabalho em conjunto com outras instituições de ensino promovendo a educação. Os alunos da graduação do jornalismo da UFPel, como os alunos do ensino médio do IFRS Campus Rio Grande, contando com auxílio das professoras coordenadoras, conseguiram trabalhar em equipe de forma harmônica na abordagem de temas relevantes e atuais no período de atividades, resultando positivamente na interdisciplinaridade da educação com a comunicação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2017. ISBN 978-85-9701261-3.

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: 14 de ago. 2022.

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: 14 ago. 2022.

ANÁLISE DA PRODUÇÃO DO QUADRINHO: “PROFESSORES: CONHECEM OS 10 PASSOS PARA PRODUZIR VÍDEO COM OS ALUNOS?”

KEVIN THIENE DAVID PROENÇA¹; JOSIAS PEREIRA DA SILVA²

¹Universidade Federal de Pelotas– k.thiene10@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas– josiasufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

“Produção de vídeo estudantil” é um projeto da bolsa de extensão LabPVE-UFPEL, que vem inovando em novos objetivos, sendo estes, cada vez mais voltados à produção de vídeo estudantil feita por professores da educação básica. Além dos vários cursos anualmente oferecidos, vídeos em sites e ações nas redes sociais e aplicativos APP para celular recentemente surgiu a ideia de trazer a metodologia PVE em um novo formato para ampliar o acesso ao projeto e as informações de como realizar vídeo dentro do espaço escolar.

A pedido da comunidade externa, professores que participam do projeto, havia um protótipo de um informativo, que a princípio seria exibido em um site, porém, visando as dificuldades de acesso integral à internet, pensou-se em um arquivo que pudesse estar disponível também off-line e, aproveitando pedidos de professores, trazer algo que conseguisse passar as ideias de uma maneira dinâmica e de fácil absorção, sendo mais lúdico e capaz de alcançar também os alunos. Então, agora o antigo informativo viria a ser transformado em uma história em quadrinhos, disponibilizada no formato PDF.

Com o novo formato já em pauta, seria necessário então relembrar e objetivar as diretrizes da Metodologia PVE, tanto como principal referência para o processo de execução, quanto como um conteúdo temático implícito dentro da obra em uma camada paralela. Conceitos como a participação do aluno como peça fundamental dentro da educação, não só como um aprendiz, mas também como indivíduo pertencente àquele espaço, interagindo dentro do meio e agregando num intercâmbio cultural, tanto de alunos para alunos, quanto de alunos para professores, enriquecendo assim o processo pedagógico numa metodologia ativa, capaz de agregar ao currículo não formal do aluno e de agregar também ao ensino como um todo, assim, trazendo inovações à instituição “escola”.

A qualidade e a organização do espaço e do tempo dentro do cenário educacional podem estimular a investigação, incentivar o desenvolvimento das capacidades de cada criança, ajudar a manter a concentração, fazê-las sentir-se parte integrante do ambiente e dar-lhe uma sensação de bem-estar. (GALARDINI; GIOVANNINI, 2002, P.118).

2. METODOLOGIA

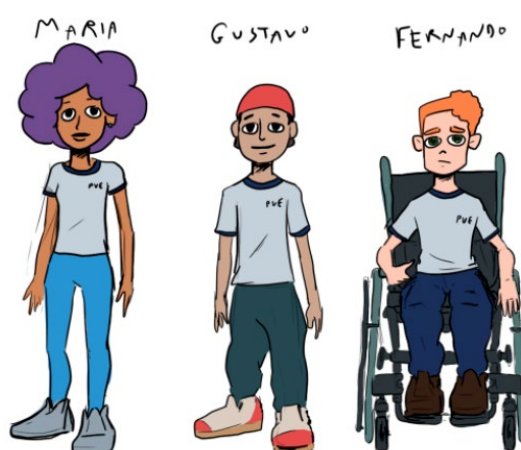
Tomando como referência alguns dos princípios gráficos e narrativos de Will Eisner e principalmente de Scott McCloud, a HQ veio a seguir diretrizes que pudessem passar a mensagem da forma mais coesa e coerente possível, dentro de um cronograma que funcionasse em relação ao período restante de dois meses da Bolsa de Extensão, logo, algumas escolhas precisaram ser feitas para que a HQ conseguisse passar a mensagem total de forma resumida, porém completa.



1. Trecho da HQ: “Desenhando Quadrinhos”, de Scott McCloud.

Com roteiro de Josias Pereira da Silva, diagramação por Kevin Proença e Luan Alves e revisão de Eliane Candido, o quadrinho passou por um processo de adaptação, de uma mídia narrativa para outra.

O primeiro desafio, foi o de conhecer os personagens e suas ações dentro da história, para assim poder iniciar a sua concepção gráfica. A ideia era passar ao leitor a sensação de pertencimento e empatia, trazendo vida e características aos personagens que fossem condizentes com os meios sociais e culturais vistos em escolas públicas brasileiras. Logo, mostrar inclusão social seria uma pauta a ser colocada em cheque. Após várias conversas e debates entre mim, Luan e Josias no início da fase de pré-projeto, chegamos à conclusão que deveríamos representar a diversidade étnica existente no Brasil. Segundo dados do IBGE, a população brasileira tem predominância étnica de pardos e negros, ocupando assim, 54% da massa total. Isso nos abriu então para que as características dos nossos personagens seguissem esse índice, além de colocarmos uniformes escolares semelhantes aos usados nas maiorias das escolas públicas a fim de criar uma conexão maior e sensação de pertencimento ao público-alvo.



2. Model Sheet dos personagens principais da HQ: “Professores, conhecem os 10 passos para produzir vídeo com os alunos? ”

Inicialmente, os 10 tópicos estavam originalmente apresentados através de textos médios ou mais longos, dependendo da complexidade do assunto abordado em questão. Então, agora com os personagens definidos graficamente, o próximo passo seria adaptar a linguagem, de textos, para frases curtas, enquanto ao mesmo

tempo ocorria a diagramação da página, elaborando como os personagens deveriam se portar em “cena”, para que a narrativa ficasse visualmente mais limpa e que conseguisse passar a mensagem de forma sequencial. Este processo ocorreu mutuamente com o processo de concepção das páginas, já que consumimos grande parte do nosso cronograma com os ajustes de formulação do cenário contextual da obra e desenvolvendo poses prontas para os personagens a fim de agilizar o tempo de finalização da obra. Com todos os textos sendo adaptados e finalizados dentro dos layouts, o processo de organização de páginas, ocorreu totalmente no software: Adobe Photoshop.

Com as 41 páginas já completas em diagramação e arte, foi realizado o processo de revisão final de texto com Eliane Candido e paralelamente, a capa foi realizada por Luan Alves.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O livro foi finalizado dentro do prazo combinado e assim, lançado no início deste ano, pela editora Rubra Cinematográfica em formato digital. Com vários hiperlinks incluídos para guiar os leitores à referências e materiais adjacentes, o livro consegue facilitar o acesso à uma integração didática mais abrangente e intuitiva no caso de ser elevado a um nível maior de pesquisa e execução destes 10 passos.

Já disponível como e-book, a HQ vem recebendo uma boa aceitação e um crescente número de leitores, já sendo usado por professores e tendo uma repercussão positiva, atingindo assim, nossos objetivos iniciais. Numa pesquisa de aceitação que realizamos com 6 professores que leram nosso livro, conseguimos obter a confirmação de que a ideia está trazendo bons frutos. Quando perguntados se achavam que o HQ ajuda os alunos a fazer vídeos, recebemos as seguintes respostas:

Acredito que sim, alunos e professores, que muitas vezes têm mais dificuldades que os alunos. Uma linguagem próxima aos alunos pode ser de interesse deles. (Professora da Educação básica, Santa Maria/RS).

A produção de vídeo com os alunos é um recurso que pode chamar a atenção dos alunos, de forma atrativa, desenvolvendo diversas aprendizagens incluindo a comunicação e demais conteúdos que o professor queira instigar nos alunos. O HQ tem a cara dos alunos de sua etnia. (Professor Educação básica, Salvador/BA).

Vejo como um recurso pedagógico que acompanha as mudanças de paradigmas na educação, mudanças de comportamento. Importantíssimo, visto que pedagogicamente vem beneficiar os alunos, proporcionando aprendizagem “significativa” aos alunos. (Professora Educação básica, Sinop/ MT)

O HQ auxilia na aprendizagem e na autonomia dos alunos, pois é importante enriquecer nossas aulas e ajuda da desinibição, dicção, criar e produzir conteúdo e fazer o aluno se ver. (professora Educação básica, Uberaba/MG).

Considero ótimo pois explica o passo a passo para as pessoas que não tem nenhum conhecimento sobre o assunto. E o HQ pode ajudar a fazer vídeo, por ser uma atividade lúdica, que os alunos adoram ler. (Professora da Educação básica, Pelotas/RS).

O formato HQ é mais conhecido pelos alunos, os textos são mais curtos, facilitando a escrita para aqueles que não tem muita fluência e auxilia na

definição e organização das cenas a serem posteriormente filmadas. (Professora Educação Básica Porto Alegre/RS).

4. CONCLUSÕES

O projeto vem recebendo um bom retorno e aceitação, cumprindo assim seu papel tal qual o planejado, estimulando os alunos e os conectando às metodologias PVE.

Tendo uma absorção inteligível, é de se esperar que a HQ continue progredindo na função de colocar alunos e professores em metodologias ativas, realizando vídeos na escola. Prosseguimos dando continuidade na elaboração de novos projetos a fim de trazer cada vez mais pessoas e mostrar novos meios de se educar através de vídeo.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MCCLOUD, Scott. **Desenhando quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2008.

MCCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 1995.

MCCLOUD, Scott. **Desvendando os quadrinhos**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda, 1995.

DA SILVA, J. P, PROENÇA, K. T. D, ALVES, L. **Professores: conhecem os 10 passos para realizar vídeo com os alunos?**. Pelotas: Rubra Cinematográfica, 2022.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários a prática da pedagogia**. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

ALMEIDA, R. CINEMA E EDUCAÇÃO: FUNDAMENTOS E PERSPECTIVAS. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v.33, p. 3 - 23, 2017.

VIEIRA, E. R. **A reorganização do espaço da sala de educação infantil: uma experiência concreta à luz da Teoria Histórico-Cultural**. 2009. Dissertação (Pós-graduação em Educação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”.

PEREIRA, J; JANHKE, G. **Produção de vídeo nas escolas: Educar com prazer**. Pelotas: ErdFilmes, 2012.

O PROJETO DE EXTENSÃO "WEB SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO GRUPO DE PESQUISA GEOGRAFIA POLÍTICA, GEOPOLÍTICA E TERRITORIALIDADES-GEOTER"

TAÍS CASTRO GARCIA¹; SAMUEL DE JESUS CABRALI²; PEDRO DE MOURA ALVES³; TIARAJU SALINI DUARTE⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – taisgarcia0111@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – samuel.gts10@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – mooura@livre.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:

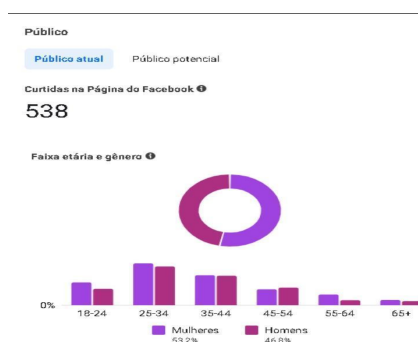
A relação da universidade com a comunidade se fortalece pela Extensão Universitária, ao proporcionar diálogo entre as partes e a possibilidade de desenvolver ações sócio-educativas que priorizam a superação das condições de desigualdade e exclusão ainda existentes. E, na medida em que socializa e disponibiliza 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, o grupo desenvolve atividade totalmente a distância.

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 2022 no mês de agosto a página foi curtida por 538, como podemos visualizar (Figura 01).

Figura 01: Dados de interação na página do Facebook.



Fonte: Facebook business, 2022. Organizado pelos autores

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 agosto de 2022, conta com 143 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.



Fonte: Instagram, 2022. Organizado pelos autores

Figura 03: As interações gerais do Instagram de alcance, engajamento e seguidores.



Fonte: Instagram, 2022. Organizado pelos autores

A página do GEOTER obteve uma crescente de 16,1% de contas alcançadas. Seu engajamento com essas contas foi de 36,3% e o crescimento de seguidores da página foi 2,1%. Já as interações com as publicações de fevereiro a maio de 2022 foi de 61,1%.

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 TECNOLOGIAS APLICADAS EM EDUCAÇÃO E SAÚDE, Salvador, 2019, Anais do 4º Seminário de tecnologias em educação e saúde, Salvador: Revistas UNEB, 2019, p.207-214.

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: <http://www.usjt.br/proex/produtos_academicos/leliane_rocha.pdf>. 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.

FAURB NO BAIRRO: CAMINHAR, OUVIR E INSCREVER-SE NA CIDADE DE PELOTAS

PAULA GÖTTEMS VENDRUSCULO¹; PAULA PEDREIRA DEL FIOLE², EDUARDO ROCHA³

¹Universidade Federal de Pelotas – paulavendrusculo@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – delfiolpaula@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – amigodudu@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão tem por objetivo resgatar a interação dos acadêmicos com os membros da comunidade, prevendo o foco em um bairro diferente de Pelotas por cada semestre letivo e uma ação final na área que aborda o fazer-urbano e o saber-urbano. Com a cooperação das disciplinas do campo de ensino, tais como: na graduação as cadeiras de “Teoria e História I - Arquitetura e Urbanismo na Contemporaneidade”, formada por membros do 1º semestre do Curso de Arquitetura e Urbanismo da UFPel; e “Projeto de Arquitetura V”, disciplina prevista para o 5º semestre do Curso de Arquitetura e Urbanismo da UFPel; e na pós-graduação na cadeira de “Caminhografia Urbana” no Programa de Pesquisa e Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo (PROGRAU) da UFPel, o projeto utilizará como base para seu desenvolvimento a caminhografia urbana, a partir da qual serão gerados diagnósticos e mapeamento do bairro pré-determinado, levantamentos em vídeo e fotográficos, encontros no bairro e informações gerais acerca da área.

Os princípios do programa de extensão FAUrb no Bairro são o caminhar, o ouvir e o inscrever-se. A caminhografia urbana proposta para ser realizada com participação do campo de ensino engloba todos esses itens, visto que, caminhando e mapeando o bairro, parando para falar com residentes da região, haverá a inscrição do ser andante no local (SEBALHOS, 2021). Com toda essa experiência e conteúdos produzidos, será possível analisar as demandas e ouvir os moradores do bairro e propor, então, a ação final que compreende “pequenos” projetos que sirvam para trazer uma melhoria à área, como por exemplo: instalação de lixeiras, pintura/renovação de mobiliários, inserção de equipamentos, plantação de árvores, entre outras práticas relacionadas ao campo de arquitetura e urbanismo que estejam ao alcance de serem realizadas. Essas intervenções são feitas visando a integração entre a comunidade local e a acadêmica, portanto elas podem ser realizadas com ajuda da população local.

O bairro escolhido para iniciar as atividades do projeto de extensão no semestre de 2022/1 é o bairro Porto. Essa escolha se deu porque a Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFPel está localizada nesse bairro.

2. METODOLOGIA

A ação extensionista proposta pelo projeto está pautada na caminhografia urbana¹ (DEL FIOLE, et. al, 2021), pensada e realizada na comunidade, a partir de

¹ Pesquisa financiada pela FAPERGS e CNPq, ver mais em: <https://wp.ufpel.edu.br/caminhografiaurbana/>

encontros desenvolvidos semanalmente e com permanência de um semestre letivo da UFPEL por bairro.

A metodologia está dividida em 9 indicadores, todos baseados na cartografia urbana (KASTRUP, 2009) sendo eles: produção de mapas com pontos principais e planos de vista; marcar primeira visita com a comunidade; caminhada exploratória, ouvindo os residentes da área, com produção de anotações, vídeos, fotografias e mapas feitos durante a caminhada; encontros semanais à tarde in loco durante o andamento do semestre letivo e com participação de membros da comunidade; definição da ação final, com a elaboração de uma lista com possíveis “pequenos” projetos relacionados a arquitetura e urbanismo; planejamento das propostas, por meio de desenhos e croquis; captação de recursos e compra/reciclagem de materiais; execução da ação na escala 1x1 e; reunião para avaliação geral e final do projeto FAUrb no Bairro: caminhar, ouvir e inscrever-se.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O FAUrb no Bairro: caminhar, ouvir e inscrever-se, desde sua criação, não teve um semestre letivo que desenvolvesse todas as metas e indicadores previstos, em função da pandemia da COVID-19 que teve início em 2020. Assim, 2022/1 é o primeiro semestre que começa a desenvolver o projeto conforme o planejamento.



Figura 1: Caminhografias sendo realizadas em agosto de 2022 e imagem do website: <https://wp.ufpel.edu.br/faurnobairro/>. Fonte: acervo dos autores, 2022.

Até então, apenas o indicador 1 e a primeira meta foram realizados. Esses se referem ao diagnóstico e mapeamento prévio do bairro, com os pontos

principais e plano de visita, disponibilizados no site do projeto FAUrb no Bairro, na aba “os bairros” e, em seguida, “Porto” (<https://wp.ufpel.edu.br/faurnobairro/porto/>). As demais metas e indicadores começaram a ser desenvolvidas a partir do início do semestre letivo de 2022/1 da UFPel (Fig.1).

4. CONCLUSÕES

A ação extensionista elaborada propõe a utilização de diferentes pontos de vistas e sentidos experimentados nas caminhadas e conversas para, ao final, garantir alguma “pequena” melhoria e intervenção no bairro. Isso se dá a partir da inserção das disciplinas de diferentes semestres, que possuem diferentes graus de contato com o Curso de Arquitetura e Urbanismo e Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo, auxiliando e executando as ações de extensão no bairro.

Além disso, o programa de extensão “FAUrb no Bairro: caminhar, ouvir e inscrever-se” pretende proporcionar a integração dos membros da comunidade acadêmica com os residentes da área, possibilitando a volta da troca do conhecimento adquirido na formação de arquitetos e urbanistas pela UFPel com a cidade e seus habitantes. Junto a essa troca, há também a interação entre os acadêmicos de disciplinas de diferentes semestres e pós-graduação durante as caminhadas e a execução de intervenção na escala humana.

Por fim, a ação que encerra o projeto, no final do semestre letivo, apesar de ser um “pequeno” projeto, já auxilia a repensar o bairro. Com pequenas transformações, há o incentivo para os próprios membros da comunidade darem continuidade ao que foi iniciado, ao mesmo tempo em que se criam lugares de acolhimento e bem-estar.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FIOL, P. P.; ROCHA, E.; SANTOS, T. B.; FORNECK, V.; MARICATTO, I. Mapas e Rastros: a experiência da caminhografia como método virtual. **PIXO – revista de arquitetura, cidade e contemporaneidade**, v.18, p.230 – 247, 2021.

KASTRUP, V. PASSOS, E. ESCÓSSIA, L. (orgs). **Pistas do método da cartografia: Pesquisa-intervenção e produção de subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2009. 207 p.

SEBALHOS, Carolina. **Heterotopias na Cidade: Caminhografia do evento “Sofá na Rua” em Pelotas**. Pelotas: UFPel, 2021.

UFPel. **O Projeto**. Wordpress Institucional, Pelotas, 11 mai. 2021. FAUrb no Bairro. Acessado em 17 jul. 2022. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/faurnobairro/>.

A IMPORTÂNCIA DA METODOLOGIA PROJETUAL NA CRIAÇÃO DE PRODUTOS DA LINHA UFPEL

AMANDA PACCANARO MARINO¹; ANA DA ROSA BANDEIRA ²

¹Universidade Federal de Pelotas – amandapaccanaro@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto unificado *Inserção acadêmica na produção, divulgação e comunicação de livros e produtos com a marca Linha UFPel*, ou, como é popularmente conhecido, Projeto Linha UFPel acontece no âmbito do Núcleo de Editora e Livraria da UFPEL (Nelu) e une, prioritariamente, os eixos de ensino e extensão. Com origem no ano de 2019 a partir da comemoração dos 50 anos da Universidade, tem o propósito de estimular a participação acadêmica na produção, divulgação e comunicação de produtos com a identidade visual da Universidade e, a partir disso, possibilitar um maior vínculo da comunidade, tanto interna quanto externa, com a Instituição.

A Linha tem em sua equipe, atualmente, uma discente bolsista, servidoras técnico-administrativas em educação e docentes da UFPel na condução de suas ações. A cada ano, as ações do projeto são revisadas e ampliadas, permitindo a colaboração de uma fatia maior da comunidade acadêmica. Como exemplo, pode-se citar a participação de discentes e docentes de cursos como Administração, Ciências da Computação, Jornalismo, além de servidores de outros setores como o Suldesign Estúdio, que em algum momento já aplicaram seus conhecimentos específicos na condução de atividades previstas no projeto. As funções desenvolvidas envolvem desde a criação de produtos com a marca da Instituição, o contato com fornecedores, a divulgação dos produtos, administração e gerenciamento das redes sociais, das vendas, produção e atendimento ao público online e presencial, precificação dos produtos, elaboração de campanhas, redação de releases e criação de vídeos de divulgação, entre outros.

O presente artigo tem como objetivo expor o processo de transição da participação de duas gerações de bolsistas do projeto Linha UFPel e aprofundar a metodologia empregada no desenvolvimento de uma das primeiras ações da autora deste texto como bolsista: a criação de uma estampa exclusiva para a 8º SIIPE aplicada em ecobags e “lápiz semente”, que compõem um dos kits pensados (como ocorrido em versões anteriores do evento) para serem divulgados e disponibilizados ao longo desta ocasião em específico.

2. METODOLOGIA

Com base em um estudo qualitativo de caráter exploratório, essa pesquisa se utiliza de uma revisão bibliográfica sobre metodologia projetual, sendo a de Rodolfo Fuentes (2009) em relação à inserção da autora no projeto Linha UFPel e a de Jorge Frascara (2006) para a criação da estampa da 8º SIIPE.

No primeiro contato da autora com o projeto foi de extrema importância a troca, coleta e resgate documental do que já havia sido projetado e executado no âmbito do projeto Linha UFPel a fim de uma melhor exposição dos valores e objetivos do projeto. Essa etapa se aproxima ao que FUENTES (2009) determina

como Análise da Necessidade, que abrange coleta de informações, análise de ações que antecedem a comunicação, definição dos objetivos, do contexto cultural e da ética e moral. Seguindo as etapas metodológicas do autor, se procede um resgate das pesquisas já desenvolvidas acerca de referências, concorrência e inclusão social a fim de esclarecer os próximos passos do projeto.

Para o desenvolvimento da estampa da 8ª SIIEPE prevalece a metodologia de FRASCARA (2006) que elenca 10 aspectos para a concepção de um projeto de comunicação visual, sendo três deles etapas focadas em estabelecer definição, análise e solução do problema. A análise documental dos produtos e peças gráficas anteriormente elaboradas pelo projeto Linha UFPel e dos eventos passados da SIIEPE são também etapas essenciais nessa metodologia.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A proposta da estampa da 8ª SIIEPE se deu pela oportunidade do lançamento de um novo produto da Linha UFPel atrelada à realização de nova edição do evento. Os produtos foram definidos a partir do valor de produção e princípios abordados no evento, sendo muito forte a relação com a ecologia e responsabilidade com o meio ambiente. Assim, foram escolhidos como produtos inéditos para a ocasião uma ecobag e um “lápiz semente” para aplicação da estampa. Essa recepção da proposta do projeto é definida por FRASCARA (2009) como a primeira definição do problema, que diz sobre a construção do *briefing*¹, ou seja, a coleta de informações sobre o produto e o público que possibilita uma base sólida para a prática projetual.

A próxima etapa do projeto refere-se a uma pesquisa exploratória partindo do que foi definido no *briefing*. FRASCARA (2009) a designa como segunda definição do problema, uma vez que a partir do aprofundamento do projeto é possível que outras problemáticas sejam levantadas. Nesse momento, portanto, se tem: 1) o resgate e análise da identidade visual e de peças gráficas do evento e do projeto Linha UFPel já idealizadas anteriormente; 2) determinação do objetivo de comunicar-se com a comunidade acadêmica a partir dos produtos; 3) definição do público alvo como discentes, docentes e técnicos administrativos envolvidos no âmbito do evento; 4) aprofundamento da mensagem que é estabelecida a partir da esfera do evento (inovação, ensino, pesquisa e extensão); 5) estudo do seu alcance que se vê passível de ser além da UFPel, uma vez que se trata de um evento capaz de envolver também o público de outras Instituições e ainda, 6) definição das prioridades do projeto como o baixo custo de produção, referência ao evento, a Universidade e identidade visual da Linha.

A partir da pesquisa exploratória e análise documental, a terceira definição do problema (FRASCARA, 2009) diz sobre, primeiramente, das especificações para a visualização do produto, ou seja, determinação do formato (dimensões) e produção gráfica da ecobag. Em seguida, na concepção do anteprojeto, são exploradas três opções de estampas com base no que foi estudado nas etapas anteriores, sendo as estampas 1 e 2 constituídas de padronagens feitas a partir do símbolo da marca da SIIEPE, agregadas ao *lettering* fantasia da marca da Universidade (já presente em outros produtos e outras versões do evento) e finalmente a proposta 3 abrangendo a releitura de uma estampa mais popular agregada ao *lettering* UFPEL.

¹ Briefing é um documento que agrega a solicitação e informações iniciais para o desenvolvimento de um projeto prático.

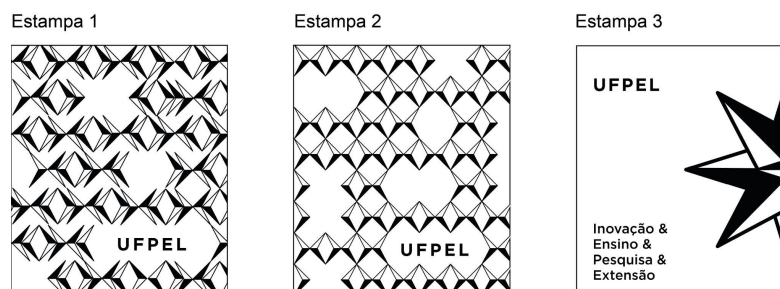


Figura 1: Estampas desenvolvidas para a 8º SIIPE. Fonte: Elaborado pela autora.

As opções foram apresentadas e debatidas entre a equipe sendo a preferida a estampa número 3 a partir do critério de ser a mais inovadora dentre os produtos já desenvolvidos pela Linha UFPEL. A partir da definição da ecobag, são elaboradas três opções de artes para o encarte do “lápis semente”, que possui um formato próprio, determinado pelo fabricante. Mais uma vez, as opções são debatidas entre a equipe e a arte 1 é a escolhida a partir de parâmetros dos fundamentos do design.

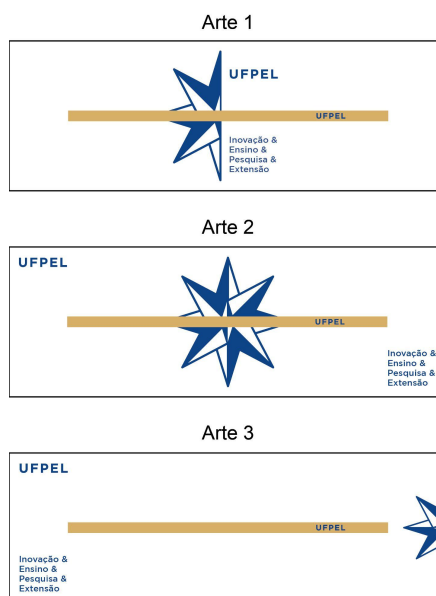


Figura 2: Artes para o encarte do lápis sustentável. Fonte: Elaborado pela autora.

Quando finalizadas, a estampa e o encarte foram adequados a partir das especificações requisitadas pelos fornecedores, incluindo também um *mockup*² para que a produção mantivesse fidelidade ao pedido. Essa etapa é definida por FRASCARA (2009) como organização da produção, sendo então seguida da implementação do projeto, ou seja, a produção gráfica dos produtos. Logo, o próximo passo consiste na avaliação dos produtos testes enviados pelo fornecedor a partir de análises minuciosas acerca do material, impressão e acabamento. Uma vez que são aprovados, o fornecedor produz a demanda total requisitada. Tais etapas não foram concluídas a tempo da finalização deste texto.

² Mockup é uma representação digital de algo físico; seu objetivo é simular o produto final em suas dimensões, cores e formas o mais fiel possível para maior consistência na sua produção. Fonte: designerd.com.br/o-que-e-mockup/

4. CONCLUSÕES

Desde o primeiro contato da autora com o projeto, foi observada a pertinência de uma metodologia projetual própria que englobasse todas as frentes de trabalho em que o projeto se desdobra, portanto, seguir com essa abordagem foi essencial para a manutenção da consistência do projeto.

A exposição da criação da estampa para a 8º SIIPE evidencia 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, desmitificando, então, a usual romantização da inovação quando as pessoas a relacionam com inspiração ou intuição (KANTER, KAO, WIERSEMA, 1998 *apud* BUNILHA, 2020).

Ressalta-se ainda a relevância que a Linha UFPel possui, como um projeto unificado, ao englobar áreas interdisciplinares e práticas que permitem o aprimoramento profissional de seus colaboradores, especialmente discentes bolsistas ou voluntários. Assim também é cada vez mais evidente a relevância das ações do projeto dentro da comunidade acadêmica no que diz respeito de comunicar, conectar e representar a UFPel, ressaltando seu vínculo com a comunidade que a abarca.

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.

BUNILHA, T. Branding como gestão de marca e a percepção da identidade visual da Universidade Federal de Pelotas no projeto Linha UFPel. In: **CEC 2019: VI CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL**. Pelotas, 2019. Anais Comunicação. Pelotas, 2019. p.64.

DANTAS, G. **O que é mockup? Como usar no design?**. Designerd. 2022. Artigos. Acessado em 27 jul. 2022. Online, Disponível em: <https://www.designerd.com.br/o-que-e-mockup/>

FRASCARA, J. Metodología y planificación. In: FRASCARA, J. **El diseño de comunicación**. Argentina: Ediciones Infinito, 2006. Cap.4, p.93-120.

FUENTES, R. A necessidade do design. In: FUENTES, J. **A prática do design gráfico**. Uma metodologia criativa. São Paulo: Editora Rosari, 2009. Cap.1, p.21-46.

Núcleo de Editora e Livraria UFPEL. **Projeto Linha UFPEL**. Livraria UFPEL, Pelotas, 2021. Institucional. Acessado em 27 jul. 2022. Online. Disponível em: http://loja.livrariaufpel.com.br/sobre_projeto_linha_ufpel

O PAPEL DO JORNALISMO NAS MÍDIAS SOCIAIS DA PREC

ISABELLI DA SILVA VIEIRA MARQUES¹; GABRIELLA MILITÃO CAZAROTTI²;
MATEUS SCHMECKEL MOTA³

¹ Universidade Federal de Pelotas – isahmarques13@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – gabicazaro@gmail.com

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

1. INTRODUÇÃO

A Pró-reitoria de Extensão e Cultura (PREC) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), tem como público principal, a comunidade acadêmica e os cidadãos da cidade de Pelotas. A PREC tem a responsabilidade de propor, desenvolver e avaliar os projetos e eventos de extensão e cultura da universidade sempre estimulando, acompanhando e avaliando as ações universitárias produzidas por esses projetos dentro do ambiente da UFPel. Além disso, têm como finalidade unir as ações extensionais com o ensino e a pesquisa desenvolvidos na UFPel, arranjando formas de propor e implantar novos incentivos às produções de extensão e cultura.

O jornalismo nas mídias sociais é executado principalmente através de publicações, mantendo a ética e os princípios básicos da profissão. Cada mídia social tem suas características próprias, fazendo com que o jornalista se adeque a cada uma delas para obter um resultado mais satisfatório e bem feito no trabalho explorando ao máximo as ferramentas de cada rede, como por exemplo: reels, stories, publicações, vídeos e etc.

Dentro das mídias sociais da PREC, existe um trabalho jornalístico redigido por alunos bolsistas e voluntários do curso de jornalismo da universidade, onde há a divulgação dos eventos e ações feitos pelos projetos extensionistas explorando o audiovisual e a comunicação através dos cards e divulgações produzidas e compartilhadas através, principalmente, das redes Facebook e Instagram.

Em 2021, foi desenvolvido o Podprec, um podcast criado com o propósito de ampliar a divulgação dos projetos de extensão e registrar um acervo para a universidade que informe e evidencie as ações e eventos extensionistas desenvolvidos na UFPel. O Podprec, assim como as publicações do Facebook e Instagram, explora o audiovisual através dos vídeos publicados no Youtube e através dos áudios gerados em cada episódio dos podcasts publicados no Spotify.

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 trabalhos nas mídias sociais da PREC, utilizando autores ligados a comunicação que abordam a necessidade do fazer jornalismo a fim de enfatizar e fixar os argumentos propostos.

As mídias sociais têm mudado a forma como a sociedade não apenas consome, mas também compartilha a notícia. Para BREDARIOLI (2016) há vários desafios como a aceleração do tempo e a ampliação de habilidades jornalísticas, exigem dos profissionais que apresentem novas maneiras de renovação do fazer jornalismo.

2. METODOLOGIA

Para o trabalho, foi analisado o artigo “A produção de Conteúdo para Mídias Sociais Digitais e o Ensino de Jornalismo” procurando compreender a evolução do jornalismo nas mídias sociais, como por exemplo: Facebook e Instagram. A partir dessa análise, foi feita uma discussão sobre a importância e o papel do jornalismo no ambiente educacional e qual a atuação e 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, alunos e os cidadãos.

Para KAPLAN e HAENLEIN (2010), as mídias sociais são definidas como um grupo de aplicações que se baseiam na internet e se formam em princípios ideológicos e tecnológicos na web, isso permite que os usuários possam criar e trocar conteúdos em sua rede. Reconhecendo o poder que as redes têm ganhado e o quanto as pessoas estão cada vez mais envolvidas nesse contexto, a PREC utiliza essas redes como uma forma de dar visibilidade às diversas ações de extensão desenvolvidas na universidade e possibilitar que a comunidade em geral tenha acesso à essas informações.. A PREC utiliza as ferramentas de publicação e stories do Facebook, Instagram e os tweets do Twitter para a divulgação dos projetos de extensão e os eventos que acontecem na universidade. Para receber as demandas de publicações, a PREC disponibiliza um formulário e também um número de whatsapp para que os proponentes das ações encaminhe o material para divulgação. No próximo item, será feito uma análise da evolução quantitativa e o perfil dos seguidores percebido nas redes da PREC.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A PREC utiliza essas ferramentas que são dispostas nas diferentes mídias sociais a fim de flexibilizar e aumentar a divulgação dos projetos e eventos. Através do formulário de divulgação, que teve sua criação em abril de 2021, os coordenadores dos projetos podem solicitar divulgação de suas ações escolhendo a maneira na qual será divulgado (foto ou vídeo).

QUER DIVULGAR ALGUMA
AÇÃO DE EXTENSÃO NAS
REDES DA PREC?

Preencha o formulário!

Seção 1 de 5

Rede de divulgação da Extensão
UFPeI

Formulário para solicitar divulgação das ações de extensão nas mídias oficiais da PREC (Facebook, Instagram, Site, Twitter).

No caso de evento, recomendamos que a solicitação de divulgação seja enviada com alguns dias de antecedência em relação à data do evento.

Figura I: Formulário de inscrição

No primeiro semestre de 2022, a PREC passou a ter um whatsapp onde também recebe tais demandas. O maior número de pedidos para divulgação foram feitos durante a Fenadoce, que ocorreu entre os dias 03 e 19 de junho. Durante o

evento, a mídia social com mais movimentação e compartilhamentos foi o Instagram que teve um total de 127 seguidores a mais apenas no mês de junho.



Gráfico I: Número de novos seguidores no mês de junho de 2022.

Analisando a faixa etária e o gênero dos seguidores do Facebook e Instagram, ainda se tem uma maioria de mulheres em relação ao ano passado onde as mulheres eram 72,7% dos seguidores no Facebook e 27,3% eram homens. Atualmente, tem 73,1% seguidores mulheres e 26,9% seguidores homens. A faixa etária com maior quantidade de seguidores ainda segue entre os 25 e 34 anos em ambos os gêneros.

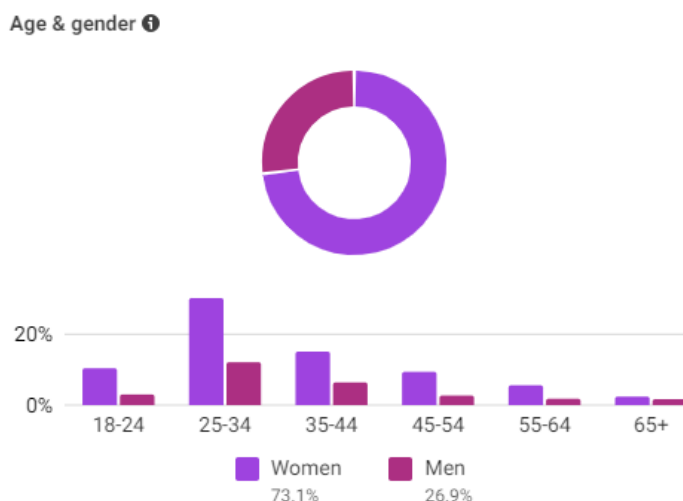
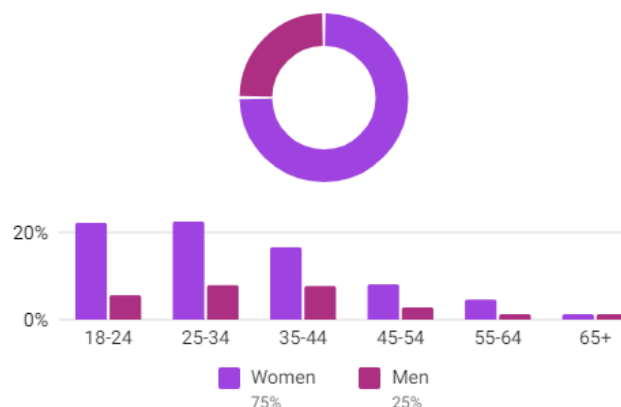


Gráfico II: Faixa etária e gênero do público da página do Facebook

No Instagram também tem as mulheres como predominantes no número de seguidores, entretanto a faixa etária de 18-24 anos, e 25-34 anos são próximas na sua predominância, sendo 22,2% de mulheres com idades entre 18 e 24 anos e 22,5% de mulheres com idades entre 25 e 34 anos. Já os homens têm a predominância de idade entre os 25-34 anos e 35-44 anos, onde 7,9% são de homens com idade entre 25 e 34 anos e 7,7% de homens com idade entre 35 e 44 anos.

Age & gender ⓘ



4. CONCLUSÕES

Com a popularização das redes sociais o jornalismo precisou se reinventar e adequar o trabalho jornalístico para essas mídias a fim de trazer informação para a população. Nesse contexto, a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPel precisou se adaptar e usar cada vez mais as mídias para se conectar com outros ambientes e trazer projetos ao conhecimento público, gerando engajamento e alcançando cada vez mais a comunidade acadêmica.

O Webjornalismo como forma de comunicação, desempenha um papel importante no contexto da PREC uma vez que através dele é possível fazer com que a sociedade saiba quais são as atividades que estão sendo desenvolvidas na extensão da Universidade Federal de Pelotas. A Extensão da Universidade é um instrumento de vital importância para a conexão entre os saberes acadêmicos e a comunidade. Através do jornalismo, existe uma potencialização da divulgação desses saberes, sendo a forma mais eficaz de encurtar a distância entre eles.

Por meio das redes sociais, a PREC reforça o papel informativo das redes, e através dos métodos de divulgação, promove o uso da comunicação como ferramenta de fortalecimento da democracia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BREDARIOLI, C. M. M. **A Produção de Conteúdo para Mídias Sociais Digitais e o Ensino de Jornalismo**. Intercom. São Paulo. 2016

KAPLAN, A. M., HAELEIN, M. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**. Business horizons, v. 53, ed. 1, p. 59 -68, 2010. Acesso em: 06 out. 2017.

CURTA E COMPARTILHE: ANTROPOLOGIA EM AÇÃO EXTENSIONISTA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS REDES SOCIAIS

RANGEL CARRARO TOLEDO BORGES¹; GUILHERME RODRIGUES DE RODRIGUES²; RAPHAEL MEIRELES DE OLIVEIRA³; RENATA MENASCHE⁴; GIANCARLA SALAMONI⁵

¹Universidade Federal de Pelotas – rangelcarraro2013@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – guilhermedr.rodrigues@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – rphlmrls@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – renata.menasche@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – gi.salamoni@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

O Laboratório de Estudos Agrários e Ambientais (LEAA) é um projeto de extensão permanente da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), que ancora atividades de ensino, pesquisa e extensão. Conta com um espaço físico-institucional no Instituto de Ciências Humanas (ICH) da UFPEL e é integrado por docentes e discentes de graduação e pós-graduação, que pesquisam e dialogam em temas pertinentes a diversas dimensões do rural. Além das atividades de pesquisa, articulam-se também às atividades de ensino as ações de extensão, que objetivam o diálogo com a comunidade a partir de distintos saberes e experiências (ver: MENASCHE e SALAMONI, 2020).

Em parceria com o LEAA, atua o Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação, Consumo e Cultura (GEPAC), que reúne estudantes de diversos cursos de graduação – atualmente, de Antropologia, Música e Gastronomia -, do Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGAnt/UFPEL) e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS). O Grupo tem produzido, em ação de extensão do LEAA, diversos tipos de materiais, que chegam à comunidade em variados formatos e diferentes mídias sociais.

Todo o conteúdo produzido, em cada uma das quatro plataformas em que o GEPAC tem perfil - *Instagram, Facebook, Spotify e Youtube* -, tem como objetivo central a divulgação científica de forma acessível, valendo-se da pesquisa dos integrantes do Grupo e de outras referências em Antropologia para promover e levar o conhecimento produzido no âmbito da Universidade aos espaços além dela. Para isso, o GEPAC conta com uma equipe que atua na criação de conteúdo digital, denominada como Equipe das Blogueiras. Neste resumo, são apresentadas algumas das ações realizadas.

2. METODOLOGIA

Por conta das normas de distanciamento social impostas pela Pandemia de Covid-19, o GEPAC necessitou reinventar-se, traçando novas estratégias para a forma como produzia e divulgava suas ações de ensino, pesquisa e extensão. A professora Renata Menasche, vice-coordenadora do LEAA e coordenadora do GEPAC, ministra regularmente, entre outras, três disciplinas no curso de Bacharelado em Antropologia: Antropologia da Alimentação, Antropologia do Consumo e Antropologia Rural. Foi a partir delas que articulou-se a produção de materiais acadêmicos durante o período, unindo ensino, pesquisa e extensão,

bem como a promoção de novas conexões e parcerias, que marcaram a exposição “Visões do Rural” e a segunda temporada do podcast Comida para Pensar, iniciativas produzidas com a participação da Escola Família Agrícola da Região Sul (EFASUL). Assim, as ações realizadas neste projeto vêm acontecendo a partir das disciplinas, articulando discentes matriculados, integrantes do GEPAC e LEAA e integrantes externos à Universidade, no caso, jovens agricultoras e agricultores educandas/os da EFASUL.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No âmbito da disciplina de Antropologia Rural, ocorreu uma das primeiras iniciativas de inserção do grupo nas redes sociais, articulada ao compromisso de curricularização da extensão do Bacharelado em Antropologia da UFPel (ver: LAMAS et al, 2021). Nesse sentido, no primeiro semestre de 2021, foi realizada uma exposição imagética virtual chamada “Visões do Rural”¹, em parceria entre o Bacharelado em Antropologia da UFPel com LEAA, GEPAC e EFASUL. A partir do trabalho produzido pelos discentes, proposto como instrumento de avaliação final da disciplina, e das fotos produzidas pelos jovens da EFASUL, foi realizada uma exposição virtual de fotografias. O processo possibilitou às/aos graduandas/os interagir com os/as jovens da EFASUL, construindo um trabalho visual que buscou compor diferentes representações do rural, a partir de imagens. A exposição permanece hospedada no site do Museu Histórico da Bibliotheca Pública Pelotense, tendo integrado a programação de comemoração do aniversário da cidade de Pelotas.

No semestre seguinte, estimuladas/os pelos resultados da exposição e com a oferta da disciplina Antropologia da Alimentação, nasceu o *Podcast* do GEPAC, o Comida para Pensar² (COMIDA PARA PENSAR, 2022). Tendo como objetivo resenhar e divulgar conteúdos de textos trabalhados na disciplina, em episódios de até 12 minutos, foi produzida uma série de dez episódios sobre “Tendências da Alimentação Contemporânea”, a primeira temporada do Podcast (BORGES et al, 2022).

Já no primeiro semestre de 2022, aconteceu a produção da segunda temporada do Podcast, realizada a partir da disciplina de Antropologia Rural e tendo a parceria da EFASUL. Nessa temporada, mais uma vez como trabalho final da disciplina, coube aos discentes sintetizar conteúdos de textos trabalhados, convertendo-os em áudios para o *Podcast*. Aos estudantes da EFASUL foram chamadas/os a apresentar suas vivências, fazendo um contraponto às perspectivas trazidas a partir dos textos, trazendo os temas a seus contextos atuais.

A partir das iniciativas antes descritas e para sua difusão, foram criados os perfis do GEPAC no *Instagram*³ e no *Facebook*⁴, que também se apresentam como espaço de divulgação das pesquisas realizadas por discentes de graduação e de pós-graduação que compõem o grupo. Nesse quadro, estão sendo traçadas estratégias para testar melhores dias e horários de postagem em cada uma das redes. No momento, estão sendo divulgadas as *lives* produzidas no *YouTube*, o *site* do Grupo e os episódios que compõem as duas temporadas do Podcast no *Spotify*.

¹ Acesse a exposição Visões do Rural [aqui](#).

² Ouça o Podcast [Comida para Pensar](#).

³ Confira o Instagram [@gepac.antropologia](#).

⁴ Acesse a página no [Facebook](#).

Dentre as *lives* veiculadas no canal Youtube do GEPAC, cabe destaque à que foi realizada em outubro de 2021, com a participação do professor Carlos Rodrigues Brandão, em iniciativa que fez parte das atividades comemorativas aos 20 anos do LEAA.

4. CONCLUSÕES

O Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação, Consumo e Cultura e o Laboratório de Estudos Agrários e Ambientais estão engajados no diálogo com a comunidade e na divulgação científica, por meio de ações de extensão em mídias e redes sociais. A experiência que temos construído se pauta, efetivamente, na articulação entre ensino, pesquisa e extensão, produzindo canais de comunicação entre Universidade e comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, R. C. T.; OLIVEIRA, R. M.; RODRIGUES, G. R.; MENASCHE, R. Estamos no ar: Podcast Comida para Pensar. **V ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM SOBERANIA E SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL**, Salvador, 2022. Anais do V ENPSSAN. SALVADOR: Universidade Federal da Bahia, 2022.

COMIDA PARA PENSAR. [Locução de]: Guilherme Rodrigues de Rodrigues, Rangel Carraro Toledo Borges, Raphael Meireles de Oliveira, Renata Menasche, Janice Trajano e Carmen Janaína Machado. [s.l.]: GEPAC, 14 jun. 2022. **Podcast**. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/5oOunnLPk81HUIR9PB3ykq?si=45a0e2ade2e34a07>. Acesso em: 03 ago. 2022.

Exposição Visões do Rural, Museu Histórico da Bibliotheca Pública Pelotense. Disponível em: <http://museuhistoricobpp.com.br/index.php/2021/07/06/exposicao-virtual-visoes-do-rural-ufpel-e-efa-sul/>. Acesso em 03 ago. 2021.

LAMAS, G. R.; RODRIGUES, G.R.; RIBEIRO, R. T. A.; TAVARES, F. W.; MENASCHE, R. Visões do Rural: uma experiência de curricularização da extensão em tempos de Pandemia. In: **SEMINÁRIO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA DA REGIÃO SUL**, Santa Maria, 2021. Anais do 39 SEURS. Santa Maria: Pró-Reitoria de Extensão, 2021, e-book, p. 1470.

MENASCHE, Renata, SALAMONI, Giancarla. Ensino, pesquisa e extensão no rural: a experiência do Laboratório de Estudos Agrários e Ambientais - LEAA. In: MICHELON, F. F., BANDEIRA, A. R. (org.) **A extensão universitária nos 50 anos da UFPel**. 1. ed. Pelotas: UFPel. PREC; Ed. da UFPel, 2020. p. 534-547. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/leaa/files/2020/06/A-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-nos-50-Anos-da-UFPel-02-06.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2022.

RODRIGUES, G. R.; MENASCHE, R. Ative nosso sininho: projeto Comida para Pensar nas redes e mídias sociais. **7ª SEMANA INTEGRADA UFPEL**, Pelotas,

2021. Disponível em: <https://cti.ufpel.edu.br/siepe/arquivos/2021/G2_04228.pdf>
Acesso em: 03 ago. 2021.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS EM PAUTA UFPEL: A PRODUÇÃO EXPERIMENTAL DE NOTÍCIAS

GABRIELLA MILITÃO CAZAROTTI¹; CARLOS ANDRÉ DOMINGUEZ²;

¹ Universidade Federal de Pelotas – gabicazaro@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – cadredominguez@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Em Pauta UFPEL é um projeto de extensão da Agência Experimental de Notícias do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). A agência permite que os alunos atuem em um laboratório que possibilita o contato com uma rotina de produção e do fazer jornalístico. Os estudantes participam em todas as etapas da produção de notícias que são publicadas no site do Em Pauta e nas redes sociais do projeto (Twitter, Facebook e Instagram). E como bem diz o nome do projeto, toda a rotina jornalística inicia com as reuniões de pauta. Elas são feitas semanalmente e as editorias temáticas de trabalho são escolhidas de acordo com a preferência do participante, possibilitando um espaço democrático e colaborativo.

O funcionamento das reuniões ocorre em semelhança às redações jornalísticas dos veículos de comunicação, seja nos meios impressos, televisivos, radiofônicos ou online. Os critérios de noticiabilidade, ou seja, os valores das informações que serão trabalhadas ou não são definidos de acordo com critérios éticos e de cidadania, como o interesse público. Esta dinâmica é o momento essencial da prática jornalística em seus 200 anos de existência. E este projeto de extensão busca pensar a comunidade em um formato mais amplo possível, sem elaborar recortes de idade e renda.

O site do Em Pauta UFPEL é hospedado na plataforma de WordPress Institucional da UFPEL, através do endereço wp.ufpel.edu.br/empauta. Todos os conteúdos são divulgados pela página do Facebook (facebook.com/EmPautaUfpel), pelo Twitter (twitter.com/EmPautaWeb) e pelo Instagram (instagram.com/EmPautaWeb).

Dentro da pesquisa em Jornalismo, o Webjornalismo, para Canavilhas (2003), é uma adaptação do antigo Jornalismo (tanto escrito quanto o radiofônico e televisivo) para o ambiente online. Assim, os alunos adaptam o jornalismo clássico às redes, de forma a experimentar novas formas de dialogar com a comunicação alternativa. No projeto Em Pauta, a produção de notícias é categorizada em “editorias” como Cultura, Meio Ambiente e Política. Assim, o fazer jornalístico é aprimorado e os estudantes escrevem sobre diferentes temas em distintas áreas de atuação.

Mediante ao exposto, este trabalho apresenta alguns resultados do projeto de extensão Em Pauta UFPEL, que proporciona um espaço democrático para a publicação de notícias, fazendo com que os estudantes entrem em contato com o fazer jornalístico e vinculem seu aprendizado as pautas relevantes para a comunidade, compreendendo as necessidades sociais da população mediante à

prática jornalística. Adotamos como noção norteadora do processo de produção a ideia de que o jornalismo é uma prática extensionista em sua natureza.

2. METODOLOGIA

O projeto de extensão faz reuniões de pauta semanais, onde os participantes expõem suas ideias e discutem sobre a produção de notícias. As pautas são sugeridas por todos no grupo e acatadas pelos estudantes coletivamente, onde se possibilita colaboração e troca entre os voluntários, sempre buscando uma inserção nas necessidades da comunidade. Dentre os redatores colaboradores estão os alunos matriculados na disciplina de Práticas Laboratoriais do Curso de Jornalismo, alunos voluntários de diferentes semestres e estagiários. Uma vez que a pauta está definida, os redatores partem para a apuração de notícias junto a comunidade e, posteriormente, enviam suas matérias por e-mail para os editores, que fazem uma revisão e possíveis correções do texto. Em seguida, o material é publicado no site do projeto e nas redes sociais. Através do Laboratório de Webjornalismo no Campus Anglo os estudantes contam com computadores e câmeras fotográficas semi-profissionais para melhor exercer suas atividades, amparadas pela supervisão do professor orientador do projeto de extensão.

Na verdade, o uso da rede social permite que o processo de produção e apuração da pauta seja dialogado. Uma facilidade que passou a ser explorada neste projeto em 2020. Desta forma, pode-se dizer, por conta das muitas pesquisas já publicadas sobre o webjornalismo que “O jornalismo reconfigurou a sua feição, e as suas próprias rotinas de pré-produção, produção e circulação da notícia. Há dimensões colaborativas descentralizadas que ganham corpo nos vários níveis do processo de produção jornalística” (NUNES, 2016, p.11) como bem coloca Nunes em seu livro sobre Jornalismo Multiplataforma. Esta busca por fazer da prática do jornalismo uma atividade colaborativa é um dos esforços perseguidos pelas ações do projeto.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre março e junho de 2022, foram publicadas 113 matérias no site do Em Pauta, abordando diferentes editorias e áreas de atuação jornalística. Através do site, os redatores da editoria de esporte inovaram a experiência de leitura da cobertura de futebol através de vídeos de melhores momentos do jogo ao final da matéria.

Os gols da rodada



Figura 1: Vídeo de “gols da rodada” inserido nas matérias

É a facilidade do uso de meios digitais que permite esta interação maior com os públicos e as comunidades interessadas no acompanhamento das atividades esportivas. Nesta editoria, por exemplo, as definições de pauta coletivas conseguiram ir além do esporte majoritário na mídia tradicional, o futebol. Embora as coberturas do futebol de campo estejam focadas nos clubes profissionais das cidades de Pelotas e Rio Grande, outros esportes receberam a atenção dos jornalistas em formação do Em Pauta.

Neste período foram apresentadas à comunidade jogos de FutSal, Futebol Feminino, Futebol Sub-20 e Sub-17, Voleibol, Vôlei Sentado, Handebol, Basquete, Padel, Tênis, Pingue Pongue, Taekwondo e outras modalidades, muitas delas de caráter amador, criando e fortalecendo os laços de circulação de informação com as comunidades que na maioria das vezes não tem suas atividades esportivas registradas e documentadas em formato jornalístico.

O site do Em Pauta UFPel recebeu, em média, 1.780 visualizações diárias durante o semestre letivo de 2022/1. Em maio o site atingiu recorde desde a sua criação, 60.814 acessos ao site em um mês. Este número subsidia a inserção do projeto dentro da comunidade, demonstrando que um veículo jornalístico de caráter colaborativo e comunitário pode ter um bom número de acessos em suas edições.

Por meio das estatísticas do site Wordpress é possível perceber o salto de visualizações do site. Durante o período de março a junho de 2021 o site atingiu a marca de 185.633 acessos. Em 2022, esse mesmo tempo registrou 217.353 acessos. Assim, o Webjornalismo atinge muitas pessoas através dos espaços online, onde o computador é considerado um instrumento da atuação jornalística, auxiliando o profissional a exercer sua função. (Machado, 2003).

Durante o período remoto, também foi dado um destaque especial à editoria de Meio Ambiente. A produção de notícias desta editoria recebeu o aporte das produções dos estudantes da disciplina Jornalismo Ambiental. Os temas abordados nas reportagens da editoria de Meio Ambiente foram plurais, um deles foi a problemática do microplástico, abordada na reportagem “Micro, invisível e indestrutível”. A reportagem conta, em detalhes, como uma pesquisa feita na UFPel concluiu a existência de microplástico na água da Lagoa dos Patos na região do Laranjal, em Pelotas.

A diversidade de pautas desta editoria permite afirmar que a iniciativa de aproximação com a disciplina foi muito válida tanto para as ações de extensão do projeto quanto para a formação dos futuros profissionais jornalistas e para o Curso de Jornalismo e a comunidade da UFPEL. Foram tratados de temas como: Microplásticos, hortas comunitárias, moda sustentável, artesanato de pescadoras, problemas do agronegócio, epidemias, cooperativas de reciclagem, projeto Pinépides de preservação da fauna marinha, política nacional de resíduos sólidos, mudanças climáticas, saúde mental e questões de saúde pública.

4. CONCLUSÕES

A Agência Experimental de Notícias Em Pauta UFPEL é uma ferramenta fundamental para a formação dos estudantes de Jornalismo da UFPEL. O suporte oferecido pelas reuniões de pauta é vital para que o pensamento crítico seja estimulado e os redatores possam fazer matérias que dialoguem com o seu cotidiano. Pode-se dizer que já existe uma série de ações que estão em funcionamento efetivo no projeto e que estas conseguem dar conta do caráter de inserção de temas importantes para a comunidade na circulação de notícias produzidas pela Agência Em Pauta. Assim, questões de interesse público são abordadas e levadas para a comunidade com o uso das técnicas e teorias jornalísticas trabalhadas no projeto há tantos anos e cada vez mais sendo aprimoradas.

Mesmo trabalhando de forma on-line como no momento da pandemia ou de forma presencial, nas instalações do Curso no Campus Anglo, as atividades jornalísticas têm efetivamente a capacidade de promover a cidadania e a inclusão. No Em Pauta os estudantes conseguem viver o dia a dia da profissão antes de entrarem em uma redação profissional, possibilitando uma experiência imersiva no fazer jornalístico. O projeto também reforça a necessidade de se fazer a comunicação alternativa dentro de uma esfera acadêmica, dialogando com as novas tecnologias e com a comunidade onde o Em Pauta está inserido.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. Informação e comunicação na online**. Covilhã: Livros Labcom, 2003, p. 63-73.
- MACHADO, E. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003, p. 10.
- NUNES. Pedro Nunes. **Jornalismo em ambientes multiplataforma**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016. 359p.

RELATOS DE ESTÁGIO E DE EGRESSOS NO *THE OIL TIMES*, NEWSLETTER DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS DO CURSO DE ENGENHARIA DE PETRÓLEO

DENILSON SCHRÖDER JORGE¹; THUANE LUCEIRO CORRÊA²; VERONICA
DA SILVA BECKMANN³; LUCAS VALADÃO SCHREIBER⁴; BIBIANA LAUZ
TERRA MENDES⁵; FORLAN LA ROSA ALMEIDA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – denilsonjorge4@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – thuanelcorrea@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – veronicasilva111@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – lucas_eng@live.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – bibianaterramendes@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – forlan.almeida@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

De acordo com LINDLEY (2022), jornal eletrônico ou *newsletter*, também chamado de boletim informativo ou periódico de novidades, consiste em uma publicação para assinantes e tem como objetivo principal divulgar informações relevantes para os interessados. Além disso, a estratégia utilizada em uma *newsletter* é a ótima forma de comunicação entre os geradores e leitores do jornal. Dessa forma, os discentes e docentes do curso de Engenharia de Petróleo da Universidade Federal de Pelotas criaram o *The Oil Times*, uma *newsletter* de notícias do setor petrolífero. Com o maior intuito informativo sobre o setor de óleo e gás, este jornal eletrônico traz desde conhecimentos sobre a indústria, mercado e novas tecnologias de exploração e produção até concursos e eventos, além de atualizações econômicas mundiais.

O *The Oil Times* consta com edições quinzenais trazendo as principais informações petrolíferas apresentadas em forma de seções onde, dentro dessas, destacam-se as seções que abordam relatos de estágios e relatos de egressos. Os relatos de estágios consistem em entrevistas com estagiários, relatando suas perspectivas e experiências adquiridas no setor petrolífero e contando sobre sua área de atuação na empresa em que trabalha. Já os relatos de egressos consistem em entrevistas com ex-alunos que já atuam no mercado de trabalho para trazer, através de suas experiências, novos ares àqueles que estão iniciando carreira. Ambas as seções são constituídas por relatos de alunos ou ex-alunos do curso de Engenharia de Petróleo da Universidade Federal de Pelotas.

Atualmente, contando com um número superior a dez edições já publicadas, o *The Oil Times* é disponibilizado e pode ser acessado através do site do curso, o qual armazena todas as edições publicadas possibilitando o acesso da comunidade em geral (<https://wp.ufpel.edu.br/engenhariadepetroleo/newsletter/>). Ademais, o jornal consta com uma conta no Instagram, *@theoiltimes_*, e uma página no LinkedIn, a fim de manter uma maior divulgação das edições àqueles que não pertencem ao curso ou a Universidade Federal de Pelotas.

Sendo assim, o principal objetivo deste estudo é apresentar e ressaltar os relatos das experiências de alunos e ex-alunos do curso a fim de aproximar os

discentes do polo petrolífero e incentivá-los a buscar seu espaço dentro do mundo petrolífero.

2. METODOLOGIA

Para a realização do desenvolvimento de cada uma das edições, os membros da equipe possuem funções específicas relacionadas a cada uma das etapas do processo de criação da edição. O processo é dividido em seis fases, dentre elas a principal é a definição das seções que serão abordadas.

Quando se trata das seções de relatos de estágio e relatos de egresso, o membro da equipe responsável pela edição faz um levantamento de todos os alunos do curso que estão estagiando e quais são as empresas, e todos os ex-alunos do curso que atualmente estão atuando no mercado de trabalho.

Em seguida, é feito o contato através do LinkedIn juntamente com um convite para participar da seção de relatos do *The Oil Times* e, sendo assim, após aceitar o convite é enviado aos membros da equipe um texto com informações como: atividades realizadas dentro do âmbito acadêmico, processos seletivos que foram realizados até conseguir a vaga nas empresas petrolíferas, experiências adquiridas até o presente momento, bem como, dicas e incentivos para todos os que estão à procura da tão sonhada vaga.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até o presente momento contamos apenas com relatos de alunos e ex-alunos do curso de Engenharia de Petróleo da UFPEL. Somando os relatos de egressos e estágios, a *newsletter* conta com 18 relatos ao total já publicados. Algumas edições constam com ambos relatos, de egressos e estágios. Cada um dos 18 relatos conta uma experiência diferente e única, servindo de incentivo para que os leitores mantenham a vontade de ler novas edições, assim, buscando novas informações e dicas que são repassadas.

Para acompanhar as visualizações, todos os dados foram retirados do site institucional da Engenharia de Petróleo, onde consta todas as estatísticas da aba onde ficam armazenadas as edições do *The Oil Times*. E para realização da Figura 1 apresentada, foi utilizado os dados tratados no *software* Microsoft Excel.

O *The Oil Times* fez sua primeira publicação em maio de 2021, alcançando apenas 3 visualizações como pode-se observar no Figura 1. Até dezembro do mesmo ano foi obtido um total de 205 visualizações da *Newsletter*. O maior motivo de passar de poucas visualizações até chegar em números acima de 200, foi ocasionado pela divulgação nas redes sociais, ocasionando o conhecimento do público, gerando maiores públicos nas edições seguintes com o passar do tempo.

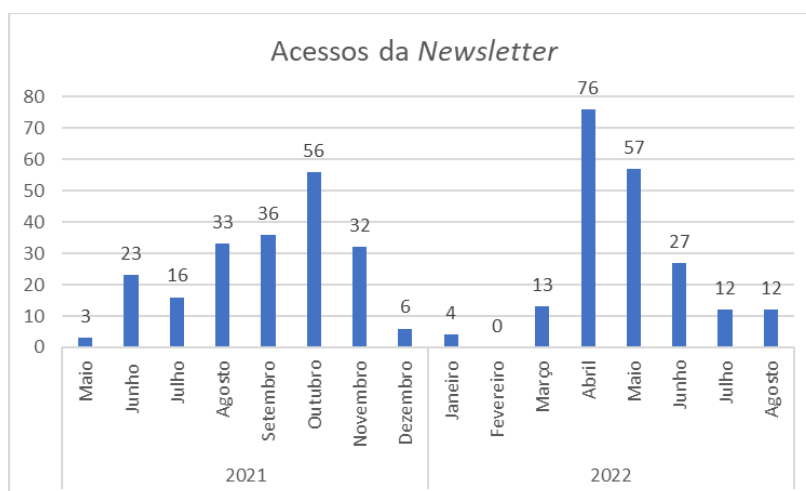


Figura 1: Gráfico dos Acessos da Newsletter.

Fonte: Elaborado pelos autores

Contando de Janeiro até o presente dia em que está sendo realizado este trabalho, a *newsletter* já conta com um total de 201 visualizações. Levando em consideração que até o fim deste ano ainda resta 4 meses, o esperado é que ultrapasse as visualizações comparando com os valores obtidos no ano de 2021.

Todos os dados apresentados foram extraídos do próprio site de onde é publicado as edições do jornal. Os meses de dezembro, janeiro e fevereiro é esperado que não ocorra muitas visualizações, pois é o período de férias e recesso do jornal, ocasionando que não haja publicações nos respectivos meses, impactando nos baixos acessos à aba da *newsletter*.

Além das notícias do setor petrolífero, o *The Oil Times* também impacta na divulgação do curso, com as postagens de eventos que são realizados, onde, constam eventos para alunos do curso de Engenharia de Petróleo da Universidade Federal de Pelotas e também eventos abertos para o público em geral, fazendo com que o curso seja reconhecido fora da cidade de Pelotas, chegando a diferentes cidades e até estados do Brasil.

4. CONCLUSÕES

Se tratando que o *The Oil Times* está conectado diretamente com o curso de Engenharia de Petróleo, existem algumas dificuldades que são enfrentadas pela geolocalização da Universidade Federal de Pelotas, pois os polos industriais ficam na região sudeste e nordeste do país. Por estar longe da indústria, o contato indústria-aluno é de suma importância para demonstrar aos novos ingressantes e para os alunos em geral, uma visão de como o mercado está se comportando e também contar experiências pessoais de ex-alunos que já estão atuando na área.

Essa passagem de experiência dos egressos e estagiários podem demonstrar dificuldades que foram superadas até alcançarem suas posições no mercado de trabalho, onde podem ser vistos como um exemplo, motivando os alunos de Engenharia de Petróleo.

Com o objetivo de aumentar as visualizações do site do curso de Engenharia de Petróleo e trazer a indústria mais próxima dos alunos através dos egressos e estagiários contando seus relatos, podemos concluir que o papel da *newsletter* do curso de Engenharia de Petróleo vem surtindo efeitos positivos e

continuar os trabalhos é de suma importância para continuar levando mais conhecimento e curiosidades aos leitores.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CODY LINDLEY. **Newsletter: o que é, como funciona, como fazer e exemplos 2022**. ActiveCampaign, 20 abr. 2022. Especiais. Acessado em 18 ago. 2022. Online. Disponível em: <https://www.activecampaign.com/br/blog/newsletter>

APRESENTANDO O PROJETO LITTERAPIA: PROMOVEDO BEM-ESTAR POR MEIO DA LITERATURA ENTRE IMIGRANTES RESIDENTES EM PELOTAS

ISMAEL FELIPE DE PAULA ANGELI¹; RICARDO PEREIRA²; TAÍS BOPP DA SILVA³

¹Universidade Federal de Pelotas – maelangelisou@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ricardospereiras97@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – taisbopp@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Litterapia é uma ação de caráter extensionista vinculada ao Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Ele surgiu frente à necessidade de ampliação de espaços em que a comunidade imigrante de Pelotas possa ser acolhida. A ação encontra-se no campo da Literatura, em face da Biblioterapia, mais especificamente, situa-se em leitura terapêutica; e tem como interface a Psicologia Positiva, focando no desenvolvimento de potencialidades humanas. O principal objetivo do projeto é proporcionar aos participantes um espaço de bem-estar psíquico e social. Nele, os imigrantes, por meio de leituras literárias, são levados a refletir sobre as situações narradas e identificações pessoais. Além disso, o espaço também oportuniza a prática da língua portuguesa e se propõe como um grupo de apoio mútuo.

Segundo Guedes e Baptista (2013), a Biblioterapia surgiu do uso da leitura para melhorar a qualidade de vida. E da leitura, por sua vez, surgiram as interpretações de informações com propósitos que podem ajudar no cotidiano. Para as escritoras, as informações resultam da interação de duas estruturas cognitivas: (I) a mente e o (II) texto externo; ou seja, as informações estão envolvidas no processo cognitivo e na ação de compreensão. Nesse sentido, Freire (2008) diz que a leitura pode nos ensinar um valor mutável, seja em nós mesmos ou nos outros, e podemos buscá-la ou provocá-la. Ele ainda afirma que há na leitura uma relação entre a literatura e a psicologia de forma que a literatura ofereça o material humano para o entendimento da subjetividade ou do comportamento humano. Para Borrmann (2019), as palavras têm o poder de transformar, elas estruturam as nossas ideias e ajudam em nosso desenvolvimento como indivíduos. Portanto, o ato de ler produz o pensamento, gera oportunidades e possibilita mudanças em seres humanos. Uma vez realizada a leitura, a pessoa não é mais a mesma, o ser humano passa a ser outro e com outro conhecimento sobre o objeto lido.

Destas considerações, a leitura no Projeto Litterapia serve de mote para o diálogo e a troca de experiências entre os participantes. Após o compartilhamento de informações, esperamos que o grupo produza cumplicidade no fortalecimento de redes e que ele consiga extrair reflexões pessoais para ampliarem a sua capacidade de autoconsciência. Dos benefícios psicossociais, o ato de ler como um exercício prescrito, permite-nos abrir para o outro ao mesmo tempo em que encontramos um tempo para nós mesmos. Nesse entorno da leitura, uma antropóloga francesa que temos estudado escreveu que “a leitura pode ser, em todas as idades, justamente um caminho privilegiado para se construir, se pensar, dar um sentido à própria experiência, à própria vida”. (PETIT, 2008, p.72). E sobre a função social que este projeto cumpre, a resiliência é “... uma das formas de tentar entender como

os indivíduos podem enfrentar de forma positiva às situações adversas da vida. ” (ZANON et al, 2020, p.4).

A proposta do Projeto Litterapia está embasada nas observações e reflexões de Michèle Petit em seu livro *Os jovens e a Leitura*, obra que discute algumas preocupações que cercam os sujeitos que estão em contextos migratórios. Majoritariamente, a autora apresenta como referência os moradores de periferia das grandes cidades francesas, que se configuram como foco de sua pesquisa. Acerca dessa população de imigrantes, a autora apresenta (I) o contexto em que vivem esses imigrantes; (II) seus depoimentos acerca do papel da leitura em suas vidas; (III) suas participações em ações de leitura mediada. Partindo deste modelo, em que a leitura desempenha um papel de construção de si mesmo, buscamos construir um projeto similar, visando os imigrantes da cidade de Pelotas. Nele, cogitamos que a aplicação da Litterapia ocorra de modo que os indivíduos do grupo possam ressaltar as suas forças de caráter e traços pessoais positivos.

À medida em que ocorram os encontros, almeja-se, por meio de rodas literárias a promoção do bem-estar como um fator preventivo de estresse que pode acompanhar os imigrantes, sem tentativas de psicopatologização de suas experiências. Nesse caminho migratório, “a falta de apoio social adequado pode levar ao estresse de aculturação, que é o resultado do contato do imigrante com duas culturas diferentes, a do país de origem e a do país de acolhimento”. (MUHLEN, DEWES e LEITE, 2010). Em suma, a leitura possui um papel fundamental no compartilhamento de experiências dentro do Projeto Litterapia, ela oportuniza momentos de escuta que colaboram para o alívio de sintomas como os de estresse e ansiedade.

2. METODOLOGIA

Para atingirmos o objetivo de nosso projeto, tomamos a seguinte metodologia: (I) reuniões semanais de planejamento das atividades; (II) atividades de planejamento; (III) organização das intervenções com os participantes; (IV) participação nas intervenções com os participantes. No primeiro passo, apresentamos as leituras teóricas que serviram de pressupostos para o planejamento das atividades, realizamos um *Brainstorming* para proposição de atividades, selecionamos o material para cada intervenção e discutimos os possíveis resultados das intervenções. Na segunda etapa, realizamos leituras teóricas e literárias que serviram de pressupostos no projeto, e um levantamento de recursos a serem utilizados nas intervenções junto à comunidade. No terceiro passo, serão agendados os encontros e faremos contato com os participantes. Na última etapa, serão conduzidas as atividades do círculo de leitura, coordenadas em sessões de leituras orais, a fim de estimular os participantes a interagirem.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto encontra-se em andamento. Na atual etapa, estamos procedendo uma análise do material que, por sua vez, já foi selecionado. Decidimos por adotar o livro *A Revolução dos Bichos*, de George Orwell, como base para as rodas de leitura e discussões do grupo. Essa escolha está diretamente ligada às tomadas de perspectivas, tema que pode estar diretamente relacionado às experiências dos participantes. Nesse sentido, a ficção e a realidade podem se complementar, e esperamos que os participantes possam trazer relatos, interpretações e vivências a partir das experiências de leitura. Neste projeto, nos inspiramos na abordagem

biblioterápica, mais especificamente, na biblioterapia do desenvolvimento pessoal, que preocupa-se em lidar com os problemas do cotidiano com caráter preventivo. Em torno da aplicação do projeto, na medida em que ocorram os encontros, os resultados serão avaliados qualitativamente com vistas a implementar melhorias em suas próximas edições

4. CONCLUSÕES

Com este projeto, esperamos que os novos residentes possam encontrar no âmbito do grupo, formado dentro do Projeto Litterapia, um lugar de acolhimento, escuta, desenvolvimento pessoal e formação de redes de apoio. Além disso, levando em consideração que existem poucos projetos preocupados em proporcionar benefícios psicossociais aos imigrantes, o Projeto Litterapia serve de estímulo para que sejam realizadas outras iniciativas junto a essa população.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORRMANN, L. Biblioterapia usa a leitura para tratar depressão e reduzir estresse e ansiedade. **ComCiência Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. Dossiê 213, 2019. Acesso em: 09 ago. 2022. Online. Disponível em <https://www.comciencia.br/biblioterapia-usa-a-leitura-para-tratar-depressao-e-reduzir-estresse-e-ansiedade>

FREIRE, J. C. Literatura e psicologia: a constituição subjetiva por meio da leitura como experiência. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 60, p. 1-9, 2008. Acesso em: 12 ago. 2022. Online. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-52672008000200002

GUEDES, M. G.; BAPTISTA, S. G. Biblioterapia na ciência da informação: comunicação e mediação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 18, n. 36, p. 231-253, 2013. Acesso em: 11 ago. 2022. Online. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2013v18n36p231>

MUHLEN, B. K. V.; DEWES, D.; LEITE, J. C. C. Stress e Processo de Adaptação em Pessoas que Mudam de País: Uma Revisão de Literatura. **Ciência em movimento**, v. 12, n. 24, p.59-68, 2010. Acesso em: 13 ago. 2022. Online. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15602/1983-9480/cmbs.v12n24p59-67>

ORWELL, G. **A Revolução dos Bichos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PETIT, M. **Os jovens e a leitura: uma nova perspectiva**. São Paulo: Editora 34, 2008.

ZANON, C.; LOVATO DELLAZZANA ZANON, L.; MUGLIA WESCHLER, S.; RODRIGUES FABRETTI, R.; NALEIVAKO DA ROCHA, K. COVID-19: Implications and applications of Positive Psychology in times of pandemia. **SciELO Preprints**, 2020. Acesso em: 10 ago. 2022. Online. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/99>

A LÍNGUA DE SINAIS DENTRO DO CONTEXTO DA DANÇA: CRIAÇÃO DE SINAIS NA LIBRAS PARA AULAS DE DANÇA INCLUSIVA

VICTOR TECHERA SILVEIRA¹;
KARINA ÁVILA PEREIRA³

¹Universidade Federal de Pelotas – victor.techera.silveira@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – karina.pereira53@gmail.com

1.INTRODUÇÃO

A escrita desse texto tem o objetivo de explanar o processo de acessibilidade e comunicação que aconteceu no projeto de extensão “A Comunidade Surda Reinventando a Arte do Balé” e que reverberou no Estágio em Dança I, do curso de Dança Licenciatura da UFPEL.

O projeto de extensão mencionado proporciona desde 2018 aulas de dança para pessoas surdas da cidade de Pelotas/RS, viabilizando aulas de dança para crianças e adultos surdos. No ano de 2019 produziu um espetáculo chamado “Vivências Surdas: Práticas Artísticas” mostrando para a comunidade que os surdos podem dançar.

Por ser um projeto de extensão onde os alunos são sujeitos surdos a comunicação existente entre monitores e alunos acontece em Libras. A solicitação de intérpretes é feita, apenas em eventos esporádicos.

Durante meu Estágio em Dança I vivenciei a experiência de ser professor de dança dentro da disciplina de artes na Escola Especial Professor Alfredo Dub e me comunicava com os alunos surdos somente em Libras. A escola é referência na região de Educação Infantil, Ensino Fundamental e Educação de Jovens e Adultos (EJA), proporcionando também eventos artísticos e de esporte para a comunidade surda de Pelotas e região.

Dentro dessas vivências trago aqui um relato de uma das alunas surdas do projeto de extensão, que fala sobre como foi importante e significativo para ela ter um professor ouvinte que se comunica em Libras, construindo assim uma relação mais direta e inclusiva com o aluno.

Porque ele sabe Libras. Alguma palavra que não tinha sinal ele explicava o significado e assim a prática continuava. Como ele sabia o significado da palavra ele só explicava e assim a prática se desenvolvia. (EXPRESSA EXTENSÃO, 2020, p. 286)

O processo de criação de sinais dentro da Libras, não é algo que se faz aleatoriamente. É necessário a vivência da pessoa surda no contexto em que se quer criar os sinais, nesse caso a dança, e alguns mecanismos linguísticos. Felten (2016) e Santos (2017) citam alguns desses mecanismos: a Iconicidade, que se baseia na relação de semelhança visual entre o objeto e o sinal; a Metáfora, onde um sinal trata de uma figura de linguagem que representa conceitos, ideias e objetos; a Metonímia, quando trocamos o nome de uma marca pelo produto

Na no Centro de Letras e Comunicação (CLC) da UFPEL existe um projeto de pesquisa chamado *Spread the Sign*¹ que se dedica em realizar o mapeamento

¹ *Spread the Sign* internacionalização da Libras: <https://institucional.ufpel.edu.br/projetos/id/u3550>

e registro de sinais, proporcionando a sua internacionalização como uma ferramenta *online*.

2. METODOLOGIA

Vivenciar a dança dentro do projeto de extensão e no Estágio em Dança I me fez refletir sobre muitas coisas, umas delas foi a necessidade de um vocabulário de termos e palavras utilizadas somente no contexto da dança. Como improvisação, coreografia, corporeidade, palavras de movimentos como *plié*, meia ponta, *skip*, termos de técnicas de dança como *contractione/realise*, queda e recuperação, etc. Esses são alguns termos que exigem vivências em suas práticas para se entender minimamente eles.

O alfabeto manual (datilologia) auxilia quando alguma palavra não possui ou não tem divulgado o sinal da mesma, porém quando essa palavra ou termo é utilizada muitas vezes somente com esse alfabeto a comunicação fica menos fluida e prejudica assim processo de ensino-aprendizagem. Dessa forma a busca e a criação de sinais dentro do projeto de extensão e no estágio foram acontecendo de formas diferentes.

No projeto de extensão, junto com as crianças e os adultos surdos fomos dialogando e explicando a necessidade da criação de alguns sinais para uma aula mais inclusiva e fluida na comunicação. E assim sempre em diálogo com os alunos surdos foi-se constituindo um vocabulário específico utilizado dentro do projeto de extensão. Sinais das palavras *Demi* e *Grand Plié*, *Skip*, Meia Ponta, *Temps Levé* que são movimentos da técnica das aulas de balé clássico para crianças surdas. Palavras da língua francesa que se fala nas aulas de balé da mesma forma em todo mundo, dentro do projeto de extensão ganharam sinais na Língua Brasileira de Sinais, de acordo com Brito (2010) chamamos essa ação de empréstimo linguístico.

Outro mecanismo citado por Brito (2010) é o de aglutinação, quando acontece a junção de 2 sinais para formar um novo. No balé clássico temos as posições pés 1ª, 2ª, 3ª, 4ª, 5ª e 6ª posição (sendo esses a junção de sinais já existentes como sinal de primeiro junto com sinal de pés). Temos também posições de braços 1ª, 2ª, 3ª posições de braços e preparatória (junção do sinal primeiro e o sinal de braços).

Com os adultos surdos fomos dialogando sobre sinais mais abrangentes que poderiam ser utilizados nas aulas de experimentação corporal em dança, sinais já existentes que pesquisávamos no projeto e levávamos para aula, e sinais novos como por exemplo o sinal do nome² do projeto criado pelos alunos surdos.

No Estágio em Dança I o processo de criação de sinais foi parecido. Houve uma divulgação dos sinais utilizados dentro do projeto, para as demandas das aulas de dança do estágio, assim como a divulgação de sinais existentes que são utilizados em outras partes do Brasil e divulgados por surdos. Por exemplo o surdo Victor Marley, acadêmico do Curso de Licenciatura em Dança da UFPE (Universidade Federal de Pernambuco).

²“O sinal de batismo na comunidade surda é uma forma de identificação que é usada na Língua de Sinais para se referir a uma pessoa/empresa. Para ser mais objetivo: É tipo um nome na Língua de Sinais. Lembrando que só surdos podem batizar.” Fala do influencer surdo Gabriel Isaac em seu *Instagram*. <https://www.instagram.com/reel/CgvPsJ7jPxH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>.

Victor Marley³ utiliza as redes sociais para falar sobre sua experiência com o Curso de Dança Licenciatura da UFPE e disseminar sinais do meio dança que são utilizados na região em que mora.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com essas experiências foi-se constituindo dentro da minha vivência como professor de dança para pessoas surdas um vocabulário do universo da dança, tornando a comunicação existente entre professor e aluno mais acessível e por sua vez uma aula de dança mais inclusiva.

Sabendo que a Libras, uma conquista com muita luta da comunidade surda, é considerada por lei como primeira língua na vivência das pessoas surdas na relação com o mundo exterior. Percebe-se a necessidade de uma maior divulgação e aprendizado em massa dessa língua no contexto da dança.

Na luta dos surdos pelos seus direitos, um marco histórico e uma grande vitória foi a Lei nº 10.436, de 24 de Abril de 2002, que legitima a Libras como uma língua oficial da comunidade surda e assim desenvolvendo práticas educativas na língua que lhe é acessível. (SILVEIRA, 2022, p. 27)

Importante destacar que foi graças a essa vivência dentro do projeto de extensão “A Comunidade Surda Reinventando a Arte do Balé” que tive a possibilidade de atuar dentro do Estágio em Dança I com pessoas surdas, fui durante 2 anos o profissional trilingue que recebia e traduzia o passeio de pessoas surdas que visitavam o parque *Snowland*⁴ em Gramado/RS, e também escrevi e defendi uma pesquisa sobre os processos metodológicos de ensino de danças para pessoas surdas, trabalho de conclusão de curso da graduação em Dança Licenciatura da UFPEl.

4. CONCLUSÕES

Concluo esse texto falando sobre a vantagem de conhecer e saber mais de uma língua em um país, que em suas raízes tradicionalistas no âmbito linguístico não reconhece ou demora a dar o devido valor as diversas línguas faladas pela população de seu país.

Como citado acima, pude me tornar um profissional bilíngue que recepcionava as pessoas surdas no *Snowland*. Minha função no parque era ser bailarino e artista, porém por ser o único profissional de todo o parque que sabia língua de sinais (Libras) durante o período em que atuei, sempre me convocavam para ser o guia/tradutor das pessoas surdas que visitavam o parque.

Um desses visitantes foi o *youtuber* Gabriel Isaac e sua mãe Andréa Cristina. Ambos pessoas surdas que fizeram um diferença imensa na minha carreira acadêmica profissional. Tive uma troca de ideias e conhecimentos com eles que reverberou inúmeras inquietações nos meus processos de ensino

³ Victor Marley fazendo os sinais do contexto da dança. https://www.instagram.com/reel/CTsE8_sIU_J/.

⁴Avaliação do *TripAdvisor* de um casal de visitantes surdos sobre a minha presença como profissional trilingue no *Snowland*. https://www.tripadvisor.com.br/ShowUserReviews-g303536-d4559087-r819106445-Snowland-Gramado_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html

aprendizagem de dança para o público surdo, o relato de sua experiência e vivência foi de grande ajuda.

Nos processos da Libras, Gabriel Isaac me passou o sinal da palavra A-R-T-E-S, que em Pelotas/RS era feito de uma forma que fazia mais referência as artes visuais. O sinal que ele me passou faz referência a artes cênicas, o campo que pertencia mais a dança.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Decreto nº 5.626**, de 22 de dezembro de 2005. Regulamenta a Lei nº 10.436, de 24 de abril de 2002, que dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais - Libras, e o art. 18 da Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/decreto/d5626.htm>. Acesso em: 18 de fev. 2022.

BRITO, L. F. **Por uma gramática de línguas de sinais**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro, 2010. 273 p.

FELTEN, E. F. **Glossário sistêmico bilíngue português-libras de termos da história do Brasil**. 2016. 167 p. Dissertação (mestrado em Linguística) - Departamento de Linguística, Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

Lei 10.436, de 24 de abril de 2002. Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10436.htm>. Acesso em: 18 de fev. 2020.

PEREIRA, K. A.; SILVEIRA, V. T. Vivências surdas: práticas artísticas. Expressa Extensão, Pelotas-RS, v. 25, n. 3, p. 283-288, 2020.

SILVEIRA, Victor Techera. **Dança com surdos: reflexões sobre experiências sensíveis no projeto de extensão “A Comunidade surda Reinventando a Arte do Balé”**. 2022. 11 f. Monografia (Graduação em Dança Licenciatura) – Faculdade de Dança Licenciatura – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas-RS, 2022.

A RELEVÂNCIA DO APRIMORAMENTO DO DESIGN EDITORIAL PARA A REVISTA EXPRESSA EXTENSÃO

RAFAELA MELLO BLÖDORN¹;
PAULA GARCIA LIMA²

¹Universidade Federal de Pelotas – rafaelablodorn@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – paulaglima@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O design editorial é uma das grandes áreas do design, destinada a criação de projetos de revistas, livros e jornais, sejam eles impressos ou para os meios digitais. Com isso, não se preocupa apenas com a parte visual do projeto, mas leva em consideração outros aspectos tão importantes quanto, como a relação com o futuro leitor/usuário, visto que é essencial para transmitir a mensagem desejada.

A Revista Expressa Extensão é um periódico da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Pelotas e tem como objetivo debater as ações extensionistas fazendo uma ponte entre universidade e sociedade. Teve sua primeira edição impressa publicada em julho de 1996 e teve a sua última edição, até agora, publicada em maio de 2022 no meio digital. Estando por dentro da diagramação da revista, a principal questão levantada foi acerca da evolução da mesma ao passar dos anos, analisando em especial questões mais técnicas do design editorial, como *grid*, texto e tipografia, sobretudo pela troca de suporte, antes físico agora digital.

Timothy Samara reforça a importância da busca do “bom” design junto com a disseminação da mensagem quando diz “Todo trabalho de design envolve a solução de problemas em níveis visuais e organizativos. Figuras e símbolos, campos de textos, títulos, tabelas: todos esses elementos devem se reunir para transmitir a informação (SAMARA, 2007, p.22)”. Partindo desse ponto, o objetivo desse trabalho é esclarecer, com base em diferentes autores, como o design editorial, pensado para diferentes meios funciona.

2. METODOLOGIA

Essa pesquisa é um estudo de caráter qualitativo e exploratório, que não busca generalizações e que parte de uma fundamentação teórica pautada pelos autores Timothy Samara (2007) e Ellen Lupton (2006), para compreender da melhor forma as características do design editorial. Com isso, tal discussão será proposta a partir de uma breve análise gráfica da primeira e última edição (até o momento) da Revista Expressa Extensão.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Revista Expressa Extensão teve sua primeira edição lançada em 1996, em comemoração aos 25 anos de Extensão na Universidade Federal de Pelotas. A edição era impressa e contava com 76 páginas. Como era uma edição especial comemorativa, toda a edição abordou a extensão na UFPel e foi dividida em 3

painéis principais: Primeiro painel: 25 anos de extensão na UFPel; Segundo painel: Extensão e interdisciplinaridade; Terceiro painel: Articulação ensino, pesquisa e extensão. Além de textos, também dispunha de fotografias referentes aos assuntos abordados. Contudo, com exceção da capa e contra capa, toda a revista era impressa em preto, não dispondo de nenhum detalhe colorido.

Partindo da construção do *grid*, a revista foi projetada a partir de um *grid* de três colunas, onde é possível observar a utilização dele de diferentes maneiras. Geralmente o texto principal ocupa as três colunas, enquanto os títulos dos artigos geralmente aparecem ocupando o espaço de duas. O *grid* de colunas é comumente usado em revistas, pois é muito versátil, já que possibilita diferentes formas de organização do conteúdo. Pensar no *grid*, antecede todo o trabalho do designer, pois é necessário compreender o conteúdo que se tem e como esse material vai ser organizado no suporte que vai ser utilizado, para evitar possíveis frustrações ao final do projeto.

De acordo com SAMARA (2007, p.22),

As vantagens de trabalhar com um *grid* são simples: clareza, eficiência, economia e identidade. Em primeiro lugar o *grid* introduz uma ordem sistemática num leiaute, diferenciando tipos de informação e facilitando a navegação entre eles. O *grid* permite que o designer diagrame rapidamente uma quantidade enorme de informação, como um livro ou uma coleção de catálogos, porque muitas questões já foram respondidas ao construir a estrutura do *grid*.

Essa preocupação em ter um *grid* que funciona é essencial para otimizar o trabalho do designer, pois no caso de ser uma revista recorrente, apresenta os mesmos elementos em cada nova edição.

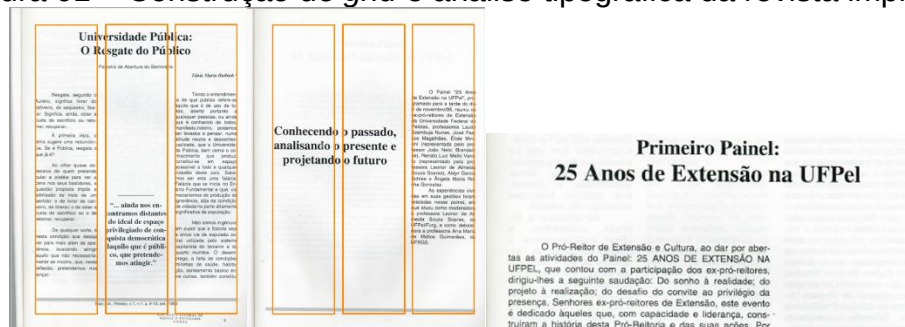
Seguindo para a questão textual, a maior parte das páginas utiliza texto nas três colunas, porém, geralmente são duas colunas com o texto corrido e uma com uma frase de “impacto”, constante no texto e que acaba recebendo um destaque maior. Possivelmente esse recurso era utilizado para não deixar a página tão maçante e cansativa, esse espaço da frase de “impacto” acaba gerando uma área de respiro na página. O espaço destinado a esse recurso ajuda o leitor a não se cansar facilmente da leitura. Este tipo de preocupação dos profissionais que trabalham com diagramação, levam Lupton (2006, p.63) a considerar que:

Os designers abrem caminhos para dentro – e para fora – do fluxo de palavras quebrando o texto em partes e oferecendo atalhos e rotas alternativas através da massa de informação. De um simples recuo (que sinaliza a entrada para uma nova ideia) a um *link* destacado (que anuncia um salto para outro local), a tipografia auxilia os leitores a navegarem pela correnteza de conteúdo.

É lógico que texto e tipografia vão caminhar juntos e, assim como aponta a autora acima, é essencial oferecer recursos visuais para o leitor, não só na questão textual, mas na variação de tipografias utilizadas no projeto. Na Expressa Extensão de 1996 podemos observar o uso de duas tipografias principais, a dos títulos e a dos textos. Para o título foi escolhida uma tipografia *bold* serifada, enquanto no texto corrido se usa uma *sans serif*. Em questão de hierarquia de informação considera-se atingir um bom funcionamento, embora pudesse ter um melhor resultado se fosse utilizada uma tipografia serifada no texto corrido, já que ele se dispõe em três colunas, pois isso ajudaria o leitor a percorrer o caminho mais facilmente.

Tomando a solução indicada, seria ideal, então, aplicar uma tipografia *sans serif* nos títulos.

Figura 01 – Construção de *grid* e análise tipográfica da revista impressa



Fonte: Revista Expressa Extensão, número 1 de 1996.

Com o passar dos anos e com os avanços do meio tecnológico, a revista deixou de ser impressa e passou a ser disponibilizada em formato digital. Com isso, algumas características foram sendo aprimoradas. A última versão digital da revista foi lançada em maio de 2022, contado com 224 páginas e 18 artigos.

A elaboração do *grid* foi totalmente alterada, o qual agora apresenta-se na forma retangular. Essa estrutura é utilizada pra comportar grandes textos corridos, e acaba possuindo melhor visualização em dispositivos eletrônicos, isso porque não tem a necessidade de ir e voltar na mesma página, o que aconteceria se mantivessem o *grid* com três colunas. Por comportar uma área de corpo de texto mais extensa, é importante ter respiros e quebras de linha durante o bloco textual para não cansar o leitor. Como diz SAMARA (2007, p.26) “Deve-se criar conforto, estímulo e interesse visual para manter a atenção do leitor e evitar o cansaço visual numa longa sessão de leitura”.

Considerando texto e tipografia, têm-se blocos textuais maiores, os quais são subdivididos de acordo com os tópicos de cada texto enviado para a revista, podendo possuir mais divisões ou menos. Em relação a tipografia, agora não se utiliza mais nenhuma fonte serifada, apenas *sans serif* com diferentes pesos e variações. Outra diferença refere-se às questões cromáticas, uma vez que o meio digital possibilita, sem trazer ônus de custo, o uso de mais cores. Esta revista mais “colorida” fica mais evidente na exploração destes recursos em títulos e subtítulos dos artigos.

Figura 02 – Construção de *grid* e análise tipográfica da revista digital



Fonte: Revista Expressa Extensão, número 2 de 2022.

Outro fator que se leva em consideração no meio digital é que a tela do computador tende a acolher o texto porque oferece uma proximidade física, controle do usuário e escala apropriada ao corpo (LUPTON, 2006). Isso faz com que se tenha maior liberdade de escolha tipográfica na hora de diagramar, claro que buscando sempre manter a legibilidade e conforto para o leitor.

Alguns elementos ganharam maior destaque em relação a primeira edição, como o uso de imagens no cabeçalho de cada texto e um bloco de informações logo abaixo dessa imagem. Nesse bloco, consta o título e informações sobre os autores do texto.

4. CONCLUSÕES

Analisando a revista impressa como um todo, pode-se considerar aspectos que funcionam e outros que poderiam ter sido solucionados de maneira diferente, principalmente na questão de recursos visuais (escolha de imagens, tipo de impressão e tipografia), pensando principalmente em tornar a mesma atrativa para o leitor.

A versão digital tem melhores soluções em termos de design editorial, pensando na composição como um todo. Mais cores são exploradas, causando uma hierarquia de conteúdo e o uso de imagens em cada início de texto também ajuda a deixar a leitura mais interessante.

Sem dúvida, a revista Expressa Extensão evoluiu com o passar dos anos, em compasso, possivelmente, com a própria evolução do campo profissional do design e das tecnologias envolvidas no mesmo. Neste sentido, vislumbra-se que este é um campo que permanecerá evoluindo, dada a sua extrema relação com meios tecnológicos e, claro, com seus usuários/leitores que acompanham essas modificações. Trata-se de um campo profissional com objetivos que tem, sim, preocupações estéticas e visuais, mas preocupações estas que estão em prol de algo maior que é proporcionar experiências mais agradáveis e interessantes aos seus usuários. É assim que é visto o projeto de design editorial da Revista Expressa Extensão, em seus diferentes momentos, de forma a ser convidativo para apreciação, proporcionando conforto visual aos leitores.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SAMARA, T. **Grid: Construção e Desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
LUPTON, E. **Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estuantes**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

A ATUAÇÃO DA EQUIPE DE DIVULGAÇÃO DA PREC NO PROJETO RUAS DE LAZER

JÚLIA DE LIMA VALADÃO¹; INÁCIO CROCHEMORE-SILVA²; GUSTAVO DIAS FERREIRA³; ITALO FONTOURA GUIMARÃES⁴; PAULA GARCIA LIMA⁵

¹ Universidade Federal de Pelotas – juliiia.liiima@gmail.com

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

³ Universidade Federal de Pelotas – gusdiasferreira@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas – fguimaraes.italo@gmail.com

⁵ Universidade Federal de Pelotas – paulaglima@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto Ruas de Lazer, coordenado por docentes da Escola Superior de Educação Física, é uma parceria entre a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC) e o Programa de Pós-graduação em Educação Física da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL); com a Prefeitura Municipal de Pelotas, visando a ocupação e reorganização de espaços públicos por parte dos cidadãos. O projeto foi concebido em julho de 2021 com o planejamento de ações e decisões quanto a locais próprios para o evento, porém com o cenário mundial de pandemia, a implementação se deu somente em abril de 2022 com a volta de programas presenciais.

A proposta do Ruas de Lazer é valorizar e democratizar vias públicas permitindo a apropriação por parte da população que carece de locais propícios para o entretenimento, promovendo a cultura, saúde, bem-estar e o lazer dos cidadãos a fim de suscitar o sentimento de pertencimento das comunidades. Outro ponto que o programa visa estabelecer é a união em nível institucional dos projetos de extensão já existentes na UFPEL, mobilizando-os em benefício dos habitantes da cidade, promovendo a interação transformadora, visto que as atividades de extensão são o principal vínculo imediato entre universidade e comunidade local (FORPROEX, 2010). Dentre as atividades propostas no projeto estão a presença de ações de incentivo à prática de atividades físicas, eventos culturais de dança e teatro, bem como a educação em saúde. Essas atividades são desenvolvidas através de projetos e entidades parceiras do Ruas de Lazer, tanto a nível de universidade, quanto de prefeitura do município, entre elas estão: o setor de esportes da UFPel (basquete, tênis de mesa e handebol), Programa de Educação Tutorial (Educação e pesquisa), PREC UFPel (extensão e cultura), Barraca da saúde (cursos da saúde UFPel), Coorte dos nascidos em 2004 (Epidemiologia UFPel), assim como iniciativas da prefeitura, como o Vida Ativa (Desporto Pelotas), Escola de trânsito (Secretaria de Trânsito) e atrações culturais (Secretaria de Cultura). Além disso, o evento é estabelecido com base em um cronograma de locais e o planejamento dessas ações é feito em conjunto com a gestão municipal, que se dispõe a abrir o espaço para a disponibilização de brinquedos infantis e o fechamento das vias públicas para circulação de veículos.

A Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEL tem papel fundamental nesse projeto como agente facilitador, realizador e divulgador dos eventos. Levando o compromisso da extensão universitária de promover ações que beneficiam a superação de obstáculos referentes a condições sociais e a desigualdade para com a população (ROCHA, 2007). Com isso, além da organização do evento, o trabalho da PREC no programa consistiu na criação e desenvolvimento de uma identidade visual para o projeto, preocupando-se principalmente com a identificação fácil do público na divulgação dos eventos em mídias sociais a fim de atingir uma grande parcela da população que, nos dias de hoje, tem esses canais como principal método de acesso à informações. Esse meio de informar a população se torna necessário para que cada vez mais pessoas possam comparecer aos eventos, com a finalidade de que ele se torne conhecido no meio popular, convidando os cidadãos a integrarem o quadro de atividades culturais da cidade de Pelotas. Assim, o objetivo deste trabalho é realizar um relato de experiência sobre a atuação da PREC no Projeto Ruas de Lazer, principalmente nas ações de divulgação e projeto de design da marca.

2. METODOLOGIA

As ações relacionadas ao evento, locais e atrações são organizadas por uma comissão organizadora, formada por docentes da Escola Superior de Educação Física da UFPEL, trabalhadores, trabalhadoras e bolsistas da PREC como também da Prefeitura Municipal de Pelotas. O papel da divulgação é um entre os que a PREC realiza, organizando o trabalho em duas equipes: uma preocupada com o design e layout desses informativos; e outra que produz notas e divulga os eventos nas mídias sociais.

Com base na metodologia Duplo Diamante, proposto por Cox (2004) para o Design Council, o processo de criação de uma marca para o projeto Ruas de Lazer se deu em quatro fases: Descoberta, definição, desenvolvimento e entrega.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na primeira fase analisou-se o público alvo do evento, a fim de entender suas motivações, definidos os pontos de interesse do público, a busca por estilos de ilustrações bem como tipografias começou a ser conceituada. Partiu-se do movimento de arte urbana guiada principalmente pelos grafites que ocupam os muros das grandes cidades brasileiras e conversam muito bem com o princípio do projeto que é trazer a população para os espaços públicos de lazer. Na terceira fase, iniciou-se o desenvolvimento da marca, procurando sempre a identificação do projeto com a população, e, por fim, a entrega do trabalho realizado para a comissão organizadora.

Figura 1: Marca do projeto

 **RUAS
DE LAZER**

Fonte: Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEL, 2022.

O design da marca do projeto Ruas de Lazer cumpre o propósito de gerar reconhecimento da comunidade para com o programa, seja com suas escolhas tipográficas de design, conectando-a com arte urbana como na sua simplicidade resultando na rápida identificação por parte do público. Assim, com uma identidade definida, a comunicação dos eventos passa a ser simplificada e facilmente aplicada em peças de divulgação, tornando as informações dessas atividades culturais facilitadas para a população em geral.

4. CONCLUSÕES

A primeira edição do Ruas de Lazer foi no dia 24 de abril de 2022, estima-se que cerca de 3.500 pessoas tenham participado do evento com uma programação extensa, contou com a presença de diversos projetos de extensão da UFPEL, assim como brinquedos infláveis, shows, esportes, espetáculos de dança e aulas de ritmo, como ilustra a Figura 2.

Figura 2: Primeira edição do programa



Fonte: Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEL, 2022.

Até o momento, o evento já conta com quatro edições, todas de grande adesão por parte da comunidade local, tornando-se um encontro muito aguardado pela população. Na segunda edição houve uma iniciativa em parceria com a secretaria municipal de cultura com a presença de grafiteiros, os quais produziram um mural com sua arte em celebração ao projeto (Figura 3). Nessa ação, além das diferentes intervenções artísticas realizadas no muro, o logo proposto foi grafitado por um dos artistas indo ao encontro da concepção do mesmo, que era ser lembrado como um movimento de arte urbana.

Figura 3: Mural em homenagem ao projeto



Fonte: Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPEL, 2022.

A Pró-Reitoria de Extensão e Cultura tem contribuído ativamente com a divulgação do evento, contando com um perfil no Instagram que já soma mais de mil seguidores. Neste perfil a população pode se informar acerca do dia em que o evento vai acontecer, local, horários, atrações presentes, e após o evento pode ainda conferir os registros fotográficos feitos pela equipe presente. Além disso, a PREC realiza informativos à imprensa antes de cada evento, fazendo a circulação dessas informações em diferentes vertentes midiáticas da cidade de Pelotas, como jornal impresso, televisão e rádio. Com base nessa grande adesão, as próximas edições já estão sendo planejadas, com participação de cada vez mais atrações e com inserção nos bairros da cidade.

Com os resultados obtidos é possível perceber que o projeto Ruas de Lazer se faz cada vez mais necessário, principalmente neste momento de volta à vida cotidiana pós pandemia. O design da identidade visual do projeto contribui para o fácil reconhecimento do público, assim como o torna um símbolo de atividade cultural no município, somando a divulgação nas plataformas de informação da PREC. Esse engajamento da população prova que os espaços públicos voltados para o lazer são escassos e se fazem essenciais, tanto para o sentimento de pertencimento à cidade como para a socialização entre os diferentes grupos sociais de Pelotas.

Além disso, outro ponto muito importante é o vínculo que vem sendo criado entre comunidade e UFPEL, honrando o compromisso da extensão universitária de estabelecer e fortalecer essa conexão, que pretende promover o conhecimento produzido nas salas de aula para o meio social em que a universidade está inserida.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COUNCIL, Design. **Framework for Innovation:** Design Council's evolved Double Diamond. Design Council, 17 mai 2019. Acessado em 15 jul 2022. Online.

Disponível em:

<https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/>

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS – FORPROEX, 2010, Belo Horizonte. **Extensão Universitária: organização e sistematização.** Belo Horizonte: COOPMED, 2010.

ROCHA, R. M. Gurgel. **A Construção do Conceito de Extensão universitária na America Latina.** In.FARIA, Doris Santos de (org). Construção Conceitual da Extensão na America Latina.Brasilia. Editora UNB. 2001.

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E ESTUDANTE DE JORNALISMO: RELATOS SOBRE A ATUAÇÃO DO BOLSISTA NOS PROJETOS FÓRUM SOCIAL E RUAS DE LAZER

ÉVERSON GABRIEL MESQUITA DA MARTHA¹; AISE DANIELA BOENO
GOMES²; RAQUEL SILVEIRA RITA DIAS³; ANA CAROLINA OLIVEIRA
NOGUEIRA⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – eversondamartha@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – eitadanyh@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – rakssilveira@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – anaconogueira@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 com a sociedade.

Um destes projetos que são chancelados pela pró-reitoria de extensão é o Fórum Social; que teve suas atividades iniciadas em 2017 como um órgão suplementar da PREC, com a finalidade de aproximar a comunidade com o que acontece dentro da universidade através de um espaço de discussão e proposição de políticas de extensão, assim como de promoção de ações conjuntas entre ambas.

Com o início da pandemia, e o início das atividades remotas, as atividades do fórum social, foram prejudicadas, o vínculo criado desde o começo do projeto entre entidades representantes das comunidades e a academia diminuiu à medida em que as reuniões remotas foram mais frequentes, a dificuldade com questões tecnológicas e o próprio desinteresse de alguns por diversas razões fez com que o projeto fosse esvaziado ao longo do período remoto, porém desde o início deste ano de 2022, algumas questões relacionadas ao projeto e outros projetos da PREC foram primordiais para o recomeço das atividades, uma delas foi o projeto Ruas de Lazer.

O Ruas de Lazer é uma proposta de ação unificada. Trata-se de uma proposta vinculada à Pró-reitoria de Extensão e Cultura da UFPel, capitaneada por docentes da Escola Superior de Educação Física e com pactuação com outras unidades, entre elas o curso de Jornalismo.

Além disso, o projeto tem uma parceria com a Prefeitura Municipal de Pelotas para planejamento e implementação das atividades. A intenção do projeto Ruas de Lazer em Pelotas-RS é realizar o fechamento de ruas aos domingos

para o trânsito de veículos automotores e o estabelecimento de um espaço de lazer para a população.

Foram realizadas até o início da segunda quinzena de Agosto, quatro edições do projeto, dia 24 de Abril, 22 de Maio, 26 de Junho e 7 de Agosto, todas realizadas em uma das vias da Avenida Juscelino Kubitschek de Oliveira, entre a Avenida Bento Gonçalves e Rua Barão de Butuí, na região central de Pelotas-RS, contando com outros projetos de extensão da universidade além de expositores de artesanato, projetos sociais, *food trucks*, órgãos públicos como guardas de trânsito e guarda municipal. Esta parceria do Fórum Social com Ruas de Lazer vai propiciar que o evento de rua seja realizado não somente no centro, mas também nos bairros da cidade.

2. METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido com base no curto período que os autores atuaram como bolsistas do projeto. Desta forma, o resumo apresentado tem por base os relatos dos bolsistas do projeto Fórum Social sobre a parceria com o Ruas de Lazer 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 nos eventos de rua.

Ao longo do desenvolvimento do projeto foi possível perceber a grande demanda por estudantes de jornalismo em projetos que envolvem a PREC, seja para filmar ou fotografar um evento, seja pela divulgação nas redes sociais, seja para elaboração de uma matéria sobre determinado evento, o que faz com que independente do projeto o bolsista de jornalismo acaba se tornando bolsista da PREC atendendo a diversas demandas.

Foi o caso do Ruas de Lazer, por se tratar de um evento de grande porte, cabia ali um processo de divulgação envolvendo redes sociais, a principal delas o *instagram* onde além de divulgar eventos futuros e mostrar o evento que passou, o perfil serve também como fonte de contato com futuros feirantes e o público em geral.

Outro ponto importante do trabalho do estudante de jornalismo é a fotografia, destaque principal na divulgação não só do Ruas de Lazer mas outros projetos da PREC, e entendendo a fotografia conforme Sontag (1981): “A importância da imagem fotográfica como o meio através do qual um número cada vez maior de eventos penetra nossa experiência”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao longo do período vigente da bolsa, algumas ações foram desenvolvidas, principalmente envolvidas no projeto Ruas de Lazer, que nesse período teve 4 edições, contando com grande público e uma boa participação por parte dos bolsistas de Jornalismo, foram produzidos materiais de reportagem e fotografias para o abastecimento das redes sociais.

A participação efetiva destes autores no projeto Ruas de Lazer, se fez a partir do segundo evento, no mês de maio, no evento do dia 26 e desde então os estudantes bolsistas do Jornalismo são sempre figuras presentes, inclusive com matéria no site Em Pauta Web como mostra a imagem abaixo.



Projeto Ruas de Lazer retorna para mais um domingo de atividades

POR EM PAUTA · PUBLICADO EM 23/06/2022 · ATUALIZADO EM 23/06/2022

Em sua 3ª edição, o evento promove atividades culturais e educativas para a população de Pelotas

Por Gabriella Cazarotti



Aula do Vida Ativa no Ruas de Lazer/ Foto: Katia Helena Dias

Imagem 1 - matéria publicada no site Em Pauta, da UFPel

<https://wp.ufpel.edu.br/empauta/projeto-ruas-de-lazer-retorna-para-mais-um-domingo-de-atividade>
[s/https://wp.ufpel.edu.br/empauta/projeto-ruas-de-lazer-retorna-para-mais-um-domingo-de-atividade](https://wp.ufpel.edu.br/empauta/projeto-ruas-de-lazer-retorna-para-mais-um-domingo-de-atividade)
[es/](https://wp.ufpel.edu.br/empauta/projeto-ruas-de-lazer-retorna-para-mais-um-domingo-de-atividade)

Além das matérias publicadas, houve uma forte presença do Ruas de Lazer, nas redes sociais, principalmente pelo Instagram através do perfil @ruasdelazer.pelotas onde informações são divulgadas para os 1422 seguidores.

Com a consolidação do Ruas de Lazer como evento já tradicional, a parceria com o Fórum Social se estende. A intenção de levar o evento até os bairros de Pelotas-RS começa a se concretizar, através do diálogo estabelecido com as lideranças e representações dos bairros que compõem o Fórum Social.

Os resultados até agora são poucos, porém promissores. A última reunião realizada no dia 5 de Agosto de 2022, ficou um tanto quanto enxuta, acredita-se que por conta das restrições impostas pela pandemia e devido ao grande tempo de ausência de encontros presenciais. Contamos apenas com três representantes das comunidades, três da academia e mais os dois bolsistas, porém, um planejamento inicial foi estabelecido indicando locais para os próximos eventos do Ruas de Lazer, ou seja, quais comunidades o mês de realização.

4. CONCLUSÕES

Conclui-se que os projetos de extensão como o Fórum Social e o Ruas de Lazer são projetos que tem como protagonistas a comunidade e tem um potencial transformador dado o momento em que as restrições relativas a Covid-19 diminuem e a vacinação avança, em que pese a situação de grande parte da população seja a de enfrentamento à crise econômica.

O Fórum Social teve um papel importante durante a pandemia entregando ao total 1650 litros de álcool gel no ano de 2021, além de diversas arrecadações e entregas de alimentos, agasalhos e brinquedos. No caso do Ruas de Lazer, a maior contribuição está na retomada gradual de atividades presenciais, colocando a comunidade em contato com ações como as que são desenvolvidas pelo projeto Barraca da Saúde, onde os diversos cursos da área da saúde da universidade oferecem serviços como aferição de pressão, teste de glicose, exame de DST 's, além de atendimento de saúde bucal e mental.

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, ampliando 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

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

SONTAG, Susan. **Ensaio sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Ed. Arbor, 1981.

GESTÃO DA ASSESSORIA DA COMUNICAÇÃO PARA INSTITUIÇÕES PÚBLICAS: O CASO DA AGÊNCIA EXPERIMENTAL DO CURSO DE JORNALISMO - MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO

EDUARDA RODRIGUES SARAIVA¹; MARIA RITA ROLIM²; MARISLEI RIBEIRO³

¹Universidade Federal de Pelotas – rsaraivaeduarda@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas - mariaritarolim@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propõe a apresentar o desenvolvimento prático das atividades de extensão que buscam promover, de forma interativa, o aprendizado das funções do jornalismo, com foco na área de Assessoria de Comunicação para instituições Públicas, dentro da Marte, a agência de conteúdo do curso de jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL).

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. Diante disso, a agência atua no planejamento de ações da comunicação para empresas públicas e privadas, onde os serviços são voltados à comunidade e também a capacitação de futuros jornalistas nas habilidades e competências exigidas pelo mercado do futuro profissional.

Em virtude da pandemia do Coronavírus em 2020 que afligiu o mundo foi necessário se reinventar mais uma vez, 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

O presente trabalho faz uso em um primeiro momento da pesquisa documental (GIL, 2008). De acordo com o autor, “em muitos casos só se torna possível realizar uma investigação social por meio de documentos” (GIL, 2008). Junto a isso, a metodologia acionada foi o Estudo de Caso, de acordo com 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”.

Assim, através dos relatórios de reuniões, relatos de alunos e clientes, imagens, ferramentas de organização e perfis em mídias sociais foi possível reunir dados que permitissem o estudo do caso Marte, apresentando seus processos e clientes. No segundo momento foi utilizado o método descritivo apresentado por GIL (1999) como uma maneira que visa levantar a situação do problema, através da exposição de opiniões e atitudes que promovam a solução dos mesmos.

Ressalta-se que as ferramentas utilizadas para a concretização dos projetos foram multiplataformas online. Essa fase foi dividida por etapas, as quais consistiam em reuniões via plataformas por webconferência com toda equipe do projeto, reunião de briefing com os clientes como forma de entender quais são os problemas enfrentados e de que forma a agência pode auxiliá-los para melhorar o seu relacionamento e comunicação com os públicos alvos.

A missão da agência experimental de comunicação é oferecer serviços para a universidade e a comunidade externa, proporcionando produtos de qualidade. O uso das mídias sociais como Instagram, Facebook, entre outras, serve para facilitar o relacionamento das organizações com seus públicos. Conforme Duarte (2018), isso dá velocidade ao ato de compartilhar informações. O autor afirma que, 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.

Os clientes atuais da agência Marte estão relacionados, principalmente com a área da saúde e educação, são eles: Centro de Letras e Comunicação (CLC), Programa de Pós- Graduação em Letras (PPGL UFPel), Grupo de Pesquisa Brasileiro em Multimorbidade (GBEM), Hospital Escola UFPel (HE-UFPel) e Projeto de Pesquisa da USP Termômetro Social.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A missão da agência é inserir alunos de graduação em atividades práticas relacionadas com aquilo que aprendem durante as aulas ao longo do curso e, para além, também se propõe a oferecer serviços para a universidade e a comunidade externa, por vezes conectando ambos os lados, como no caso do Hospital Escola onde uma instituição ligada a UFPel precisa se comunicar com a comunidade residente da região de Pelotas a quem a organização atende.

As principais ações realizadas pela Marte no último ano envolvem ferramentas de assessoria citadas por DUARTE (2018) como briefing, pesquisa, planejamento, reposicionamento e estratégia nas redes sociais. Todos os clientes passam pelo processo inicial de realização de um briefing e em seguida é realizada uma reunião onde as propostas são apresentadas e a partir da aprovação dos clientes passa-se para a etapa de ação.

Um exemplo prático seria o caso do Grupo Brasileiro de Estudos em Multimorbidade (GBEM), os resultados obtidos através do Plano de Ação elaborado pela equipe Marte estão no terceiro semestre desde sua implementação, e já é possível realizar uma análise comparativa entre dois momentos das mídias sociais do Grupo, antes e após as ações da assessoria.

Figura 1: Antes e Depois Instagram GBEM

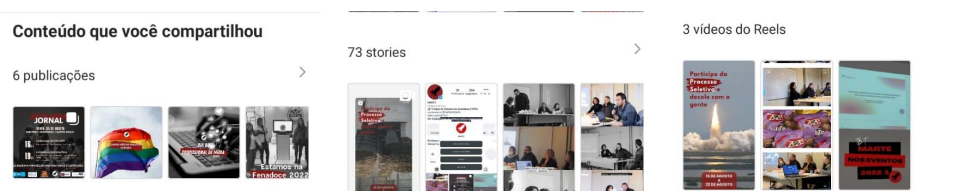


Fonte: Própria do Trabalho/ 2022

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, procura a criação de conteúdo, por tanto grande parte das ações internas da agência se dão através das mídias em busca de facilitar o relacionamento da organização com seu público.

No segundo semestre de 2022, foi obtido um alcance relevante nas mídias sociais, resultado das estratégias de engajamento, *posts* e *stories* semanais e *workshops* desenvolvidos pela agência como mostra a figura 2. Com isso, chamando a atenção da comunidade externa e somando mais clientes ao portfólio da agência e dos membros da equipe.

Figura 2- Análise Postagens Instagram Marte



Fonte: Própria do Trabalho/ 2022

Conforme 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 buscou mostrar a importância das atividades do Projeto de Extensão: Marte, no desenvolvimento dos alunos de graduação do curso de Jornalismo ao unir a teoria à prática. O jornalismo produz conteúdo para diversas áreas e plataformas de mídia. Este mercado teve um desenvolvimento, principalmente no setor da assessoria de comunicação. Assim, a agência se propõe a oferecer experiência nas áreas de assessoria de comunicação, voltada para estabelecer um diálogo entre as instituições e seus públicos de interesse, e na produção de conteúdo através do uso prático das ferramentas de assessoria, evidenciando a característica multidisciplinar do profissional comunicador. Portanto, a atuação da Marte age de forma complementar na formação dos novos profissionais e conecta a academia à sociedade através da integração entre a agência e seus parceiros.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAPELLA, R. Gestão de Mídias Sociais em Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e técnica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018. p. 369-389.

CASTELLS, M. Internet e sociedade em rede, In: Moraes, D. (org.), **Por uma outra comunicação – mídias, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

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. p. 369-389.

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

MARTINEZ, R. Implantando uma Assessoria de Imprensa. In: DUARTE (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018. p. 195-215.

MARTINS, J. **Agência experimental como projeto de extensão universitária. Extensão em Foco**. Curitiba, n. 10, jul./dez. 2014.

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

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA NO MUSEU AFRO-BRASIL-SUL

RENAN GOMES LEMOS¹; CAMILA CAETANO FERREIRA²; ANNA GIULIA MORETTI ALVARENGA³; SABRINA HAX DURO ROSA⁴; RICARDO HENRIQUE AYRES ALVES⁵;

¹Universidade Federal de Pelotas – renan.glemos@outlook.com

²Universidade Católica de Pelotas – camilaferreira_ag@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – anna.gma.25@gmail.com

⁴Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul -
sabrina.rosa@riogrande.ifrs.edu.br

⁵Universidade Federal de Pelotas – ricardohaa@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Museu Afro-Brasil-Sul (MABSul) é um museu virtual e digital pertencente ao Centro de Artes (CA), integrando a rede de Museus da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O museu visa garantir o resgate e a divulgação da história e da cultura afro-brasileira da região sul do Brasil, com foco na construção de um acervo a partir dos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Criado no final de 2019, o museu era denominado “Projeto Museu Afro-Brasil-Sul”, uma ideia embrionária, idealizada pela coordenadora, Rosemar Gomes Lemos, para desenvolver uma ação específica que era expor algumas peças do sul do Brasil. No entanto, o projeto foi ampliado, contando com diferentes pessoas que se uniram em prol de uma temática deficitária na região, sendo então reconhecido como um museu em 2021.

O fato de ser um museu virtual se deu em razão da possibilidade de disseminar conteúdo e informação por meio de plataformas digitais a todos os públicos, como instituições de ensino públicas e privadas, áreas rurais e quilombolas e sociedade em geral, já que o conteúdo é aberto e acessível, permitindo o seu uso como material didático em todos os níveis de ensino. Inicialmente, em 2020, período pandêmico, as redes sociais utilizadas pelo MABSul eram o Facebook e o Instagram; já em 2022 as redes sociais e plataformas utilizadas pelo museu foram as seguintes: YouTube, Spotify, Soundcloud, Twitter, Apple Podcasts, além de outras de uso pontual e esporádico. Foi criado, também, o site do Museu Afro-Brasil-Sul, onde estão armazenadas suas coleções com o registro de algumas peças do acervo museal que foram coletadas ao longo do tempo de atividade do MABSul.

Por meio das plataformas digitais, o MABSul tem viabilizado conhecimento e informação acerca da cultura e da história negra, desenvolvendo conteúdo para as redes sociais e promovendo diálogos em podcasts, lives e webinários. A socialização do MABSul no meio acadêmico é igualmente importante, pois já é passada a hora de as vozes negras saírem da periferia, da situação de subalternidade e serem ouvidas com o protagonismo que merecem. Portanto, o presente trabalho visa compartilhar os saberes construídos (e em construção!) do MABSul, os quais se utilizam de inovação tecnológica sem perder a conexão humana com todos os públicos em prol do resgate de identidade, da memória e história afro-brasileira.

Atualmente o museu se organiza principalmente a partir da apresentação mensal de uma coleção específica que é divulgada pelas redes sociais como conteúdo de topo de funil, ou seja, algo que foi feito para o público que está

entrando em contato com o museu, contato que futuramente pode resultar em um aprofundamento diante do acervo. Cada coleção apresenta um tema da cultura e da história negra a partir de relatos, entrevistas, imagens e podcasts. Esse material é divulgado e posto em causa para ser explorado pela comunidade acadêmica e em geral, promovendo visibilidade para os entrevistados e para os temas abordados na ocasião.

Também há materiais que foram desenvolvidos para contextos específicos, como a Semana dos Museus (SNM), evento para o qual foram feitas várias transmissões, divulgando a cultura e a memória negra. Todas essas ações são realizadas com o objetivo de compartilhar saberes, conhecimentos e aprendizados, procurando conectar pessoas, para que possam se sentir representadas e que conheçam a história e a cultura afro-brasileira sendo contada por outra perspectiva.

2. METODOLOGIA

Este é um relato de experiência baseado nas atividades promovidas pelo MABSul, instituição que desenvolve um trabalho extensionista colaborativo por meio de membros de diferentes instituições. A escolha dessa metodologia se orienta pela possibilidade de que sejam combinados relatos de diferentes sujeitos que experienciam as atividades desenvolvidas, sendo articuladas suas percepções e perspectivas. Além disso, o relato de experiência, escrito a partir da organização e análise das atividades realizadas, permite que a atuação do grupo seja analisada tanto na perspectiva de um levantamento memorial quanto visando um balanço para futuras atividades além, é claro, do compartilhamento das atividades desenvolvidas pelo museu.

Segundo Mussi *et al* (2021), a metodologia do relato de experiência está presente no contexto universitário brasileiro em publicações dos campos da pesquisa, do ensino e da extensão. Em todos os casos, sua característica principal é a descrição da intervenção realizada, sendo ela acompanhada de embasamento científico e reflexão crítica. Por esse motivo, descreveremos as atividades de divulgação das ações do museu, apresentando o pensamento de alguns autores e nossas considerações sobre sua realização.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O MABSul inova com a disponibilização de materiais, por meio das plataformas digitais, desenvolvendo estratégias para que alcance o maior número possível de pessoas. Desta forma, o museu amplia a sua presença nas plataformas digitais, estando presente desde a rede social Facebook até a plataforma digital de músicas Spotify, a fim de que todos os públicos sejam atingidos. Assim, a atuação do museu se dá a partir do conceito de interoperabilidade, como proposto por Carlos Henrique Marcondes (2016), procurando atingir diferentes públicos através do uso contextual da tecnologia (SEMEDO, 2004). Um exemplo disso é o MABSul Podcast, que é um podcast no qual a idealizadora e professora Rosemar Gomes Lemos entrevista personalidades negras que compartilham seus saberes, aprendizados e contam um pouco sobre suas histórias de vida. O conteúdo é disponibilizado no Spotify, por meio de áudio, enquanto no Youtube é possível ter acesso ao mesmo conteúdo, que além de áudio, conta com imagem em vídeo. Desta forma, o museu consegue atingir o público que não conhece ou não tem o hábito de ouvir podcasts, mas que já possui mais familiaridade com o Youtube ou

que até mesmo prefere ter um contato mais visual no consumo de conteúdos e materiais.

Ademais, as coleções do MABSul são disponibilizadas mensalmente no site do Museu, que é hospedado pelo Wordpress Institucional e que foi desenvolvido com um plugin chamado Tainacan em 2021. O museu utiliza de estratégias de criação e produção de conteúdo nas redes sociais ao divulgar e lançar artes imagéticas que tem como tema central as coleções no Instagram atingindo, dessa forma, um maior número de pessoas que estão no estilo de persona e público-alvo.

Em veículos da convergência de tecnologias, o MABSul tem êxito na grande maioria das atividades que são desenvolvidas por ele. Como dito na introdução, são produzidos materiais audiovisuais (em áudio e vídeo), imagéticos (fotografias e montagens) e isso é examinado, avaliado e posto em causa conforme o posicionamento museal. Entre Tainacan, Instagram, YouTube, Apple Podcasts, Spotify, páginas e grupos do Facebook, Soundcloud e Twitter, o conteúdo é distribuído para diferentes públicos. Alguns conteúdos são repostados de outras redes sociais e de outros meios para que a informação possa chegar a indivíduos com diferentes perfis.

Apesar de todas essas plataformas e redes sociais terem sido usadas, nem todas obtiveram um resultado positivo. Algumas dessas exigem divulgação em massa e como são conteúdos de nichos muito específicos e que envolvem em grande maioria público orgânico, às vezes, ele não chega ao público o qual os membros do Museu Afro-Brasil-Sul têm expectativa de atingir.

No Instagram, a rede social que o Museu utiliza com mais frequência, procura-se proporcionar atenção ao público, por meio da interação nos comentários, dos reels, vídeos de curta duração, atingindo certo engajamento, sempre procurando ao máximo se adequar ao meio dos museus, com a ajuda de parceiros, apoiadores e realizadores. Já no YouTube é postado o conteúdo de vídeo, incluindo os podcasts e materiais de suporte, enquanto no Twitter são postadas algumas atualizações ocasionais e no Facebook são repostados os conteúdos do Instagram, links, feito o compartilhamento de notícias, e também há um grupo com os membros e informações diretamente relacionadas ao MABSul.

4. CONCLUSÕES

Com todos os conteúdos abordados, pode-se concluir que o Museu Afro-Brasil-Sul desenvolveu o seu marketing e seus conteúdos baseados no melhor entre o mundo da tecnologia e do museal. Usando o Tainacan e se aproveitando de alternativas que acrescentassem ao currículo dos participantes, desde o desenvolvimento de seus conteúdos de marketing até suas apresentações.

A partir do contexto da pandemia o MABSul surgiu voltado para a virtualidade, utilizando estratégias de divulgação online em meio a um turbilhão de adaptações diante do distanciamento social. A continuidade do trabalho após o pior momento da pandemia permite uma análise mais apurada das estratégias utilizadas, dentre as quais gostaríamos de destacar a adaptação de um mesmo conteúdo para diferentes plataformas, visto a dificuldade de acesso de algumas pessoas. O que poderia ser visto como uma incoerência, isto é, a apresentação de um podcast em formato de vídeo no YouTube, é pensado pelo museu como o atendimento à uma demanda específica de nosso público, configurando uma estratégia de inovação aliada com a missão do museu e da humanização das formas de compartilhamento de seus materiais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PADILHA, R.C. **A representação do objeto museológico na época de sua reprodutibilidade digital**. 2018. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal de Santa Catarina.

CORRÊA, M. M. **Sobre. Museu Afro-Brasil-Sul**. 2020. Disponível em: <https://acervosvirtuais.ufpel.edu.br/museuafrobrasilsul/sobre/>. Acesso em: 12 de ago. 2020.

MARCONDES, C. H. Interoperabilidade entre acervos digitais de arquivos, bibliotecas e museus: potencialidades das tecnologias de dados abertos interligados. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 21, n. 2, p. 61 - 83, 2016. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362016000200061&lng=pt&tlng=pt. Acesso em: 22 ago. 2022.

MUSSI, R.; FLORES, F.; ALMEIDA, C. B. Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico. **Práxis Educacional**, Vitória da Conquista, v. 17, n. 48, p. 60 - 77, out./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/praxis/article/view/9010/6134>. Acesso em: 22 ago. 2022.

SEMEDO, Alice. Da invenção do museu público: tecnologias e contextos. **Ciências e Técnicas do Patrimônio**, Porto, Portugal, v. 3, p. 129–136, 2004. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/8086/2/4087.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2022.

MABSul. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/mabsul>. Acesso em: 19 ago. 2022.

O AUDIOVISUAL COMO MÍDIA PARA AS ARTES DURANTE A QUARENTENA: A REALIZAÇÃO DA REVISTA CULTURAL DA 7ª SIIPE

ROBERTA LOCATELI RAMIREZ¹; ELEONORA CAMPOS DA MOTTA SANTOS²

¹Universidade Federal de Pelotas – robertalocateli@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – eleonoracamposdamottasantos2@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Devido aos efeitos da pandemia da Covid-19 ainda em 2021, a 7ª SIIPE (Semana Integrada de Inovação, Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal de Pelotas) necessitou ser realizada novamente de forma online — em 2020, a 6ª SIIPE também teve este formato — e, assim como na edição de 2020, a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC) organizou a segunda Revista Cultural. Tal parte da programação objetivou mais uma vez agregar e divulgar trabalhos em Arte realizados e produzidos na UFPel, predominantemente ligados aos cursos e projetos do Centro de Artes da universidade. A ideia de Revista Cultural, nascida na edição da SIIPE de 2020¹, e inspirada na ideia de “revista” - como um espaço de apresentação da variedade de pontos de vista artísticos e de modos de ver e abordar fenômenos do mundo, envolveu a criação de momentos para mostrar a construção de conhecimento e caminhos de formação no campo das Artes pelo viés da sensibilidade e da fruição artística, modos de organização de saberes que são desenvolvidos por estudantes, docentes e TAEs muitas vezes junto à comunidade da nossa cidade em ações de extensão, ensino, pesquisa e inovação.

Em 2021, a programação foi exibida ao vivo em plataforma digital por 3 dias consecutivos, sendo que o registro desses momentos pode ser acessado pelo link <https://wp.ufpel.edu.br/siipe/siipe-2021/programacao/>.

Para tal feito, foi imprescindível que todos os trabalhos participantes, independentemente da área artística, fossem realizados em formato audiovisual, de modo a possibilitar a exibição no evento. Assim, para a criação desses 3 grandes conjuntos de obras apresentadas, foram utilizadas as bases da linguagem audiovisual e, principalmente, técnicas e equipamentos de filmagem propiciados pela democratização do audiovisual a partir da difusão de aparelhos gravadores, celulares e softwares de edição caseiros — mais uma vez desafiando os autores artistas das diferentes linguagens a transitarem e investirem na relação com este novo universo da produção.

2. METODOLOGIA

Para a reunião das obras que compuseram a edição 2022 da Revista Cultural, a Coordenação de Arte, Cultura e Patrimônio (CACP), da PREC, divulgou chamada aberta para inscrições. Esta chamada explicava o objetivo da busca pelas obras e solicitava o envio dos trabalhos em formato audiovisual, definindo data limite, tempo máximo de duração e detalhes técnicos capazes de favorecer a

¹ A ideia da Revista Cultural nasceu em 2020 sob coordenação do professor Fernando Igansi que, na época, era o Coordenador de Arte e Inclusão, na Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPel.

organização para a transmissão do material no evento. Após aprovação, as obras selecionadas foram separadas pela equipe da CACP em três grandes blocos, a partir de um olhar curatorial² que buscou alinhar cada bloco dentro de temática que criasse coerência interna entre as produções de cada dia de apresentação. Ou seja, buscou-se criar três unidades artísticas distintas para sustentar a diversidade de projetos. A criação desses três blocos gerou a programação descrita mais adiante neste resumo.

O desafio de se criar uma unidade comum entre os trabalhos não foi apenas conceitual: foi também de âmbito técnico, devido à necessidade de conhecimento de *softwares* de edição para trabalhar com o material recebido e unificá-los com qualidade nos três grandes conjuntos citados (chamados de playlists). Uma das ações da Revista Cultural foi relacionada às discrepâncias técnicas dos vídeos enviados, nas questões de formatos de arquivo de vídeo e áudio e variação de qualidade de imagem e som, incluindo as particularidades do espaço em que foi realizada a gravação, como a luz e sua difusão, e a própria acústica do áudio e sua reverberação no ambiente. Então foi feito um trabalho de regularização desses vídeos, como equalização de áudio e mudanças de formato de arquivo. Houve a preocupação de não fazer interferências no trabalho criado. Foi feita também a correção de legendas acessíveis. Uma das metas da Revista Cultural, como já mencionado, foi a preocupação com a acessibilidade. Apesar do trabalho de legendagem ter sido facilitado por sites que produzem legendas automáticas, ainda se teve problemas com a falta de precisão, necessitando de correção manual.

Além dos procedimentos de organização acima citados, outra tarefa de preparação da edição da Revista Cultural em 2022 foi a criação de uma unidade visual para a revista, sendo criada uma logo e vinheta animada, além de transições entre os vídeos para apresentá-los de forma independente e uni-los conceitualmente. O design da abertura e das transições foi baseado na proposta de revista em si, como algo fisicamente folheável e do encontro de uma diversidade de obras, sendo a vinheta animada e as transições uma representação do ato de folhear a revista e a variedade de cores das "páginas", a diversidade dessas obras, tendo como base das cores as próprias cores da logo da SIIEPE.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Organizada em três tardes de transmissão pelo FB e Youtube da UFPel, a transmissão dos dias da Revista Cultural iniciou com animação produzida por estudantes do Curso de Cinema, na qual foram incluídas as ferramentas de acessibilidade da legendagem (elaborada pelo grupo de estudantes autores da animação), da janela de Libras (produzida pela Equipe de Técnicos de Interpretação em Libras do NAI/UFPel) e da audiodescrição (realizada sob coordenação da

² O olhar curatorial desta edição foi alimentado pela experiência de quem construiu a proposta em 2020, pela interlocução potente com coordenador e coordenadoras dos quatro projetos estratégicos ligados à Coordenação de Arte, Cultura e Patrimônio: Coral da UFPel (coordenado pelos Professores Leandro Maia e Cristine Guse), Núcleo de Teatro da UFPel (Coordenado pela professora Giselle Cechinni), Cine UFPel (Coordenado pela professora Cíntia Langie) e Rede de Museus da UFPel (coordenado pela professora Andreia Bachettini), e também pela parceria com a Câmara de Extensão do Centro de Artes (Coordenada pela professora Daniela Castro e pela Coreógrafa Cátia Carvalho).

professora Marisa Degasperi, do Centro de Letras e Comunicação da UFPel). A proposta foi ofertar uma obra acessível como referência às nossas futuras ações, pensando que a ampliação da capacitação e do planejamento de trabalho que já incluía, de partida, as questões de acessibilidade, precisa ser nossa meta imediata. No primeiro dia, a programação recebeu o nome de “MÚLTIPLAS POÉTICAS” e buscou mostrar a multiplicidade e a diversidade da expressividade artística que compõem o Centro de Artes da UFPel, reunindo Música, Dança, Teatro, Cinema, Artes Visuais e Design. O segundo dia foi nomeado de “MÚLTIPLOS DIZERES”, conjunto que visou mostrar a multiplicidade e a diversidade de modos de dizer, documentar e comunicar sobre a produção do Centro de Artes da UFPel. Já o terceiro dia recebeu o nome de “MÚLTIPLAS MULHERES COMpositoras”, visto que foi bloco que reuniu produções que abraçam as feminilidades, especialmente com a apresentação de um recital de canto que reúne e dá diferentes vozes a um conjunto de compositoras femininas que, na obra, ganharam também a visibilidade há muito merecida.

A realização da Revista Cultural como essa junção de projetos realizados à distância aglutinados em um “espaço” em comum só foi possibilitada devido à era digital que o mundo se encontra atualmente. Plataformas virtuais e redes sociais fazem parte do cotidiano de grande parte da população e se tornaram indispensáveis durante a quarentena, devido à democratização do audiovisual proveniente do fácil acesso a ferramentas de filmagem e montagem de vídeo com a popularização de smartphones com câmeras digitais, além de aplicativos e softwares de edição.

A democratização dos dispositivos móveis e participação social na geração de conteúdo audiovisual é um salto na interatividade entre meios de comunicação e a sociedade. Apesar das limitações técnicas do smartphone, o seu uso como captador de vídeo é mais comum e crescente (ALVES, Diego; BLANCO, Daniela; SILVA, Karolene; TEIXEIRA, Juliana; 2018, p. 11)

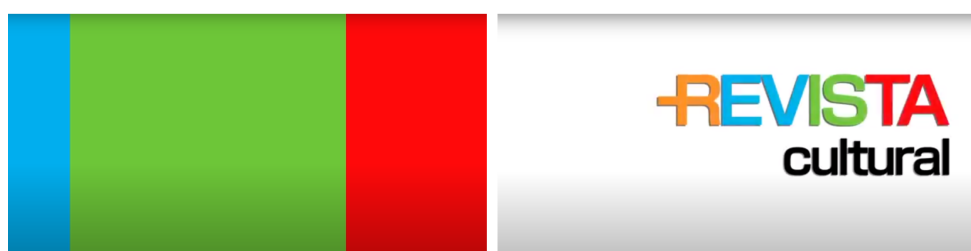


Figura 1 e 2: Design de abertura com a logo da revista cultural.



Figura 3: Exibição ao vivo com ferramentas de acessibilidade incluindo janela de libras e legenda acessível.

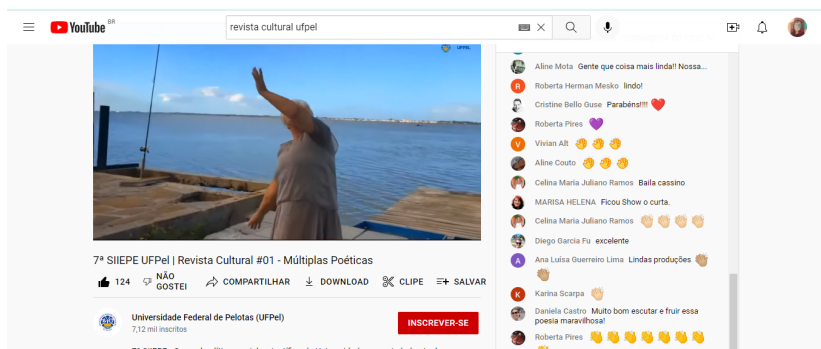


Figura 4: Arquivo da exibição ao vivo com participação da comunidade de forma virtual.

4. CONCLUSÕES

As condições digitais atuais possibilitaram à Revista Cultural uma variedade de trabalhos autorais que mesclam e transmutam entre distintas formas artísticas com o audiovisual, além de resultar em uma rica troca entre os participantes durante a confecção e com os espectadores durante sua exibição. É provável que esse nível de alcance não teria sido possível caso a exibição acontecesse de forma presencial, tendo em vista que o primeiro dia contabilizou mais de 850 visualizações. Isso ocorreu graças a essa viabilidade do audiovisual como veículo — que em certos aspectos se tornou inevitável durante o período pandêmico —, sendo compreendido como forma de divulgação e transmissão de trabalhos criados, tanto nas áreas das artes, como em outras áreas afetadas pela pandemia.

A intensificação do consumo e produção de conteúdo cultural digital, principalmente pela impossibilidade de congregação e ocupar espaços culturais físicos durante a pandemia, é uma das adaptações mais difundidas no setor cultural, tanto entre seu público quanto entre seus produtores. (UNESCO, 2021, p. 34.)

Fica evidente que esse contexto proporcionou uma crescente demanda na área do audiovisual e também gerou uma necessidade técnica em específico para meio digitais. Mesmo após esse período de maior privação ter passado e a possibilidade de frequentar ambientes físicos, de forma presencial, ter retornado, é visível que algumas dessas mudanças digitais se instalaram e irão continuar com ou sem distanciamento social.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES Diego *et al.* **Uso dos dispositivos móveis no processo de produção de vídeos alternativos:** impactos dos smartphones para jornalistas e colaboradores. Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2018. Acesso em: 15 ago. 2022.

UNESCO - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Cultural and Creative Industries in the Face of COVID-19:** An Economic Impact Outlook. Paris, 2021. Acesso em: 16 ago. 2022.

NAVEGAR É PRECISO: REBRANDING DA IDENTIDADE VISUAL DA DESIGNERIA APÓS 10 ANOS DE ATUAÇÃO

LUIZA DE HOLANDA MACEDO¹; THUANY BUNILHA²; PROF^a. DR^a HELENA DE ARAUJO NEVES³; PROF^a. DR^a. PATRÍCIA LOPES DAMASCENO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – deholandaluiza@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – thuany_bunilha@outlook.com

³Universidade Federal de Pelotas – profhelenaneves@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – pldamasceno@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo trata-se de um relato que tem como objetivo apresentar o *rebranding* da identidade visual da Designeria – Empresa Júnior dos cursos de Design da UFPel. Para tanto, expõe-se os elementos que compõem o *rebranding*, direcionando o enfoque para a assinatura visual da Empresa, a qual constituiu a principal mudança realizada.

O *branding* é definido como um sistema para gestão de marca. Esse sistema abrange ações para além do que é tangível – por exemplo, a identidade visual de uma marca. Segundo Kotler (2012, p. 259), "*branding* significa dotar bens e serviços com o poder de uma marca", ou seja, dar significado a esses produtos ou serviços ofertados utilizando estratégias de posicionamento de marca capazes de formar uma imagem junto ao consumidor. Portanto, pode-se considerar que o *rebranding* é a ressignificação ou adequação dessa imagem e mensagem, anteriormente difundidas, quando uma marca já existe no mercado. Alshebil (2007, p. 5) explica que o "*rebranding* tem sido referido como um reposicionamento, uma revitalização e um rejuvenescimento de uma marca e, em alguns casos, a marca é completamente reinventada" [Tradução nossa].

A Designeria Empresa Júnior surgiu no ano de 2010 como um projeto de extensão que segue prestando serviços nas áreas do Design Gráfico e Design Digital, atendendo clientes das comunidades acadêmica e externa à UFPel. Nos últimos 12 anos, a Empresa – a qual se configura como um laboratório de aprendizagem para os estudantes que a gerenciam e nela atuam – construiu organicamente sua consolidação para além de um projeto unificado, alicerçando sua marca dentro do campo do Design.

No ano de 2019 alguns dos seus integrantes cursaram a disciplina de Marketing aplicado ao Design¹, situação em que traçaram um Plano de Marketing para a Designeria. Desse modo, foi identificado pelo grupo que o logotipo da Empresa (elaborado em 2010) apresentava algumas limitações, principalmente a falta de um símbolo². Foi diagnosticado ainda que a marca apresentava problemas de redução nas aplicações que exigiam formatos menores. Diante disso, uma das estratégias sugeridas no Plano de Marketing foi a necessidade de um *rebranding* da identidade visual da Empresa, objetivando solucionar esses e outros problemas que o logotipo apresentava, além de expressar o posicionamento atual da Designeria. Sendo assim, a seguir serão expostos os mecanismos envolvidos na criação da nova identidade visual.

¹ Disciplina ministrada pela Prof^a Helena Neves, coordenadora da Designeria Empresa Júnior.

² Elemento que, dentre outras características, propicia uma variação de aplicação do logotipo.

2. METODOLOGIA

No que concerne à metodologia científica, trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica (GIL, 2019), a qual foi utilizada para embasar e desenvolver a exposição da criação do novo logotipo da Designeria – desenvolvido como parte da estratégia do *rebranding* da identidade visual da Empresa. Também se realizou uma etapa exploratória – ao organizar um Plano de Marketing que teve como diagnóstico a necessidade de qualificação do logotipo existente.

Como metodologia de projeto adaptou-se a Metodologia de Projeto de Alina Wheeler (2019)³ para a criação da nova identidade visual, bem como para sua gestão. As etapas desempenhadas foram: 1. Condução da Pesquisa; 2. Esclarecimento da Estratégia; 3. Design da Identidade; 4. Criação dos Pontos de Contato; 5. Gestão de ativos. A adaptação se justificou em função da adoção das etapas que se ajustaram à criação empreendida. Por exemplo, a etapa 1, como já mencionado, foi realizada na elaboração do Plano de Marketing. A etapa 2 foi debatida nas reuniões semanais com toda a equipe, incluindo as orientações das docentes que coordenam o Projeto Unificado. As demais etapas serão apresentadas a seguir.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme exposto, a Designeria foi criada no ano de 2010 e nesse mesmo período foi elaborado o logotipo utilizado ao longo de 10 anos da Empresa (Figura 1). Este era constituído pelo nome da empresa como elemento principal, formado por uma tipografia que continha um tratamento personalizado e apresentava duas variações de tons da cor institucional da Empresa – o laranja.



Figura 1: Primeiro logotipo da Designeria
Fonte: Acervo Designeria Empresa Júnior

Também compunham o logotipo uma *tagline* (que explica qual é a sua atividade-fim) e a identificação da instituição de ensino, a UFPEL, a qual está vinculada. Estes últimos apresentavam problemas de legibilidade pela fina espessura da tipografia. Como já exposto, o diagnóstico principal do Plano de Marketing apontou que o logotipo não traduzia mais a imagem da Empresa e tampouco a renovação do perfil da sua equipe. Wheeler (2008, p. 116) lembra que um logotipo precisa expressar o posicionamento de uma marca e chama a atenção de que “os melhores logotipos resultam de uma composição tipográfica [...]”. As formas das letras podem ser redesenhadas, modificadas ou manipuladas, de modo a expressar a personalidade apropriada e o posicionamento da empresa”. Levando-se isso em consideração, com o *rebranding* do logotipo da Designeria intentou-se criar uma nova assinatura visual – que de acordo com Wheeler (2008), é o nome dado a uma identidade visual composta pela

³ Para conhecer a metodologia completa de Wheeler (2019) acesse o livro: “Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas”.

marca/símbolo e pelo logotipo – com maior pregnância⁴, melhor redução para aplicação e que possuísse um símbolo que representasse a atuação da Empresa e promovesse maior versatilidade de aplicação. Ao iniciar a criação da assinatura visual, primeiramente foi realizado um estudo de tipografias visando um desenho tipográfico jovem, moderno e amigável. Além disso, foi criado um formulário para que os integrantes da Empresa respondessem o que consideravam representar a Designeria e suas áreas de atuação. Para além dos dados coletados, foram definidos pela presidente da Empresa, a acadêmica Thuany Bunilha⁵, alguns conceitos e palavras que representassem a Empresa. Dessa forma, buscaram-se elementos que traduzissem o sentimento de equipe; trabalho conjunto; juventude; inovação e algo que remetesse ao campo do Design. Resumidamente, após algumas propostas iniciais e discussões com a equipe, revelaram-se alguns conceitos que vieram a ser explorados na marca, sendo eles: um barco (representação do grupo); uma estrela (representação da juventude e inovação); um olho (representação do visual); e uma *pentool*⁶ (representação da técnica). Tais acepções foram traduzidas visualmente para a marca criada, originando um símbolo amigável, prenhe e estético, além de aplicável em diversos meios de comunicação.

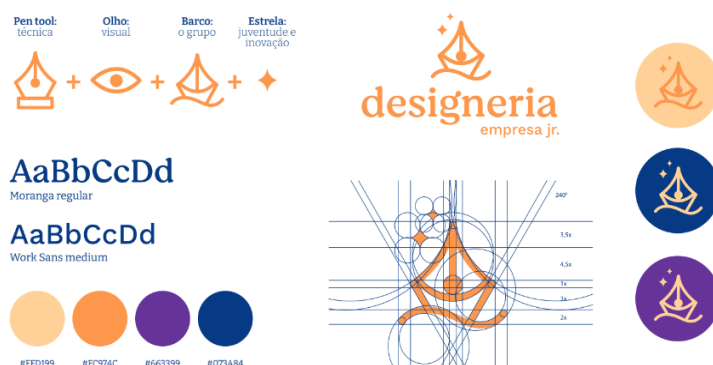


Figura 2: Painel de apresentação nova marca da Designeria
Fonte: Acervo Designeria Empresa Júnior

Ao trazer para marca elementos visuais comuns à atividade de um designer, estendeu-se o conceito visual para a associação à navegação – com a intenção de propiciar um contexto rico para criação de uma infinidade de conteúdos.

Quanto à construção técnica do símbolo, foi empregada a proporção áurea utilizando círculos áureos na *grid*, como é possível verificar na Figura 2. Segundo Araújo (2015), a proporção áurea auxilia no desenvolvimento de padrões harmônicos que enfatizam o equilíbrio visual e a proporcionalidade. Portanto, a utilização desse padrão conduz a uma criação estética agradável e familiar ao olhar do público, visto que essa proporção pode ser encontrada amplamente em elementos na natureza.

Em relação à tipografia, adotou-se a *Moranga Regular*, usada no logotipo, e a tipografia *Work Sans Medium*, na *tagline*, para que refletissem, como já relatado, uma imagem jovial e atual, além de amistosa.

Já com relação às cores institucionais estabelecidas, Wheeler (2008) afirma que tal uso pode estimular emoções, associações e presença, facilitando o

⁴ Qualidade que permite uma legibilidade e interpretação da forma e composição de maneira clara.

⁵ Responsável também pela elaboração da marca.

⁶ “Caneta”, ferramenta comum em softwares gráficos.

reconhecimento e construção de valor da marca. Por conseguinte, as cores contribuem com a construção e percepção de uma identidade visual. Sendo assim, além de preservar a cor institucional utilizada pela Empresa ao longo de dez anos, o laranja, optou-se pela criação de uma paleta de apoio, objetivando a diversificação da construção de materiais institucionais (ver Figura 2).

Como indicado, com o intuito de criar uma narrativa utilizando a temática marítima e de desdobrar a ideia na comunicação textual, o “Barco” foi pensado para ser o elemento simbólico principal. Dessa forma, a Empresa poderia reforçar seus princípios e imagem – trabalhando com a ideia do “desbravar novos mares e oportunidades”, adotando uma comunicação lúdica, porém confiável. Após essas definições, as etapas da Metodologia de Projeto adotadas foram finalizadas.

4. CONCLUSÕES

A partir do relato cabe destacar, portanto, que a marca foi lançada nas redes sociais no final do ano de 2021, utilizando a narrativa com o objetivo de criar uma aproximação com o público e afirmar a nova assinatura visual. Todas as estratégias adotadas, da construção ao lançamento, tiveram por propósito solucionar as lacunas identificadas na marca anterior. Já em relação às etapas futuras, a Empresa seguirá mantendo a divulgação da marca, conferindo ainda mais visibilidade ao novo posicionamento adotado. Vale ressaltar que, após os 10 anos da Designeria, percebeu-se que este era o momento ideal para realizar tais melhorias, tanto pela vontade de estabelecer uma nova presença digital nas redes sociais, quanto pelo significado presente na nova marca que está alinhado com o posicionamento e com os princípios da Empresa.

Por fim, acrescenta-se que o *rebranding* é um passo importante para uma reaproximação com o público e também uma forma de promover uma imagem crível e profissional para uma organização.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSHEBIL, S. A. **Consumer perceptions of rebranding: the case of logo changes**. 2007. 161f. Tese (Doutorado em Filosofia) - Curso de Pós-Graduação em Filosofia, The University of Texas at Arlington.

ARAÚJO, S. M. M. de. **Fundamentos geométricos aplicados em design de marcas**. 2015. 108f. Dissertação (Mestrado em Design na linha de pesquisa Gestão Estratégica do Design) - Curso de Pós-Graduação de Design e Expressão Gráfica, Universidade Federal de Santa Catarina.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo, Atlas, 2019.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 14.ed. São Paulo, Pearson Education do Brasil, 2012.

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

WHEELER, A. **Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas**. 5.ed. Porto Alegre, Bookman, 2019.

VERIFATO: ALFABETIZAÇÃO MIDIÁTICA E A SIMPLIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO

BRUNA MEOTTI SOUZA¹; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE²

¹Universidade Federal de Pelotas – brunameottijornalismo@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – silviameirelles@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa apresentar a continuidade das atividades no projeto Verifato a partir de nova abordagem, assim como expor o plano de intervenções pedagógicas em escolas de ensino médio para o segundo semestre de 2022. Para tanto, trabalha-se com o conceito da alfabetização midiática como primordial enquanto capacitação para a análise da veracidade de um conteúdo e, por consequência, para o combate à desinformação. Ressalta-se ainda, entre os tópicos da nova abordagem, a importância da inserção do jovem ao meio jornalístico.

O projeto Verifato (SALGUEIRO et al, 2021) nasceu como um desdobramento do projeto sobre checagem de imagens, voltado para os alunos da graduação da UFPel. O Verifato, então, tem suas atividades voltadas para o nível escolar, com a missão de ensinar técnicas de *Fact Checking* a estudantes do ensino médio. Contudo, notou-se a necessidade de uma capacitação para que os jovens pudessem compreender uma notícia, para então aplicar critérios de veracidade. Observou-se, ainda, de forma sintomática na geração, a perda do contato com veículos jornalísticos, e ainda uma migração de consumo de formas de conteúdos e plataformas.

Neste momento, uma nova maneira de abordagem é iniciada, e o objetivo, em primeiro plano, passa a ser a produção de conteúdo jornalístico audiovisual, em linguagem acessível, explicando temas de interesse público para os perfis do Verifato no TikTok ([@verifatodigital](https://www.tiktok.com/@verifatodigital)) e no Instagram ([@verifato](https://www.instagram.com/verifato)). Deste modo, busca-se aproximar o conteúdo jornalístico ao acesso do público jovem, que já não consome os veículos tradicionais e busca a informação em formatos mais breves e dinâmicos dentro das plataformas de interesse.

Pesquisa divulgada pelo órgão regulador de serviços de comunicação do Reino Unido (OFCOM, 2022) aponta que os adolescentes do Reino Unido acessam notícias através do Instagram, do TikTok e do Youtube e estão se afastando dos canais tradicionais de notícia. O Instagram é o mais acessado pelos entrevistados, mas o TikTok apresentou o maior aumento comparando com 2020. O Relatório Reload (Énois, 2020), com uma pesquisa conduzida pela Énois com jovens brasileiros, aponta para resultados semelhantes. Nessa pesquisa, constatou-se que os jovens valorizam conteúdos apresentados por uma pessoa que fala diretamente com eles, com destaque ao acesso a conteúdos didáticos ou explicativos. A rede social mais usada para consumo de notícias é o Instragram, seguido pelo Twitter, mas observa-se um crescimento do acesso ao TikTok e ao Podcast.

Ao investir no acesso de notícias através das Redes Sociais, destaca-se a Alfabetização Midiática como uma caminho para leitura crítica da mídia e para o combate à desinformação. Como Bauer (2011 – p. 16) explica: “[...] não é a mídia

que muda a cultura, mas a cultura que se transforma no contexto de utilização de suas mídias como uma prática social concreta”.

Ainda conforme Bauer, sobre a alfabetização midiática, não é possível resumir a uma capacitação para o uso responsável da mídia — em outras palavras, a instrução de questões éticas —, ele ainda descreve a alfabetização como um conceito ligado ao “sucesso social” que a compreensão e o uso das estruturas midiáticas representam, mas ressalta a relação direta de dependência com a acessibilidade e o acesso à educação. Compreende-se, então, que a alfabetização midiática desenvolve as habilidades individuais de análise da informação recebida, independente da linguagem aplicada.

Pensando no conceito da alfabetização midiática e no acesso da audiência jovem a conteúdos noticiosos, a alimentação dos perfis do Verifato tem como base a simplificação de conteúdos de interesse público, para desde já criar uma capacidade de compreensão da informação jornalística para o jovem.

2. METODOLOGIA

Em relação a aspectos técnicos, o formato determinado para os vídeos segue o modelo compatível com TikTok e Reels do Instagram, devendo ser gravado na vertical com um limite de 90 segundos para, além de respeitar o tempo máximo do Instagram, trabalhar com a breve atenção do público, que atualmente tem fácil dispersão. Ainda pensando no foco limitado e na dispersão, foi determinado um dos elementos centrais da identidade visual do VeriFato: a logo é inserida ao final do vídeo por um total de dois segundos, considerando que esse momento, caso inserido no início do vídeo, poderia ocupar um espaço fundamental no breve período inicial em que o usuário geralmente escolhe se permanecerá no conteúdo ou então irá dispersar seu foco.

Considerando os pontos técnicos de tempo, objetividade e formato de tela para as plataformas, e ainda o público jovem (aspecto central do projeto Verifato), os vídeos consistem em conteúdos jornalísticos breves, de linguagem simplificada e que explicam temas debatidos pelos jovens nas redes sociais. Pensando nisso como uma primeira conexão factual entre adolescentes e o consumo de conteúdos de interesse público, esse primeiro contato, além de oferecer fácil entendimento de temas relevantes para a sociedade, deveria ser atrativo.

Deste modo, as temáticas determinadas para cada vídeo foram pensadas de acordo com assuntos em evidência no momento, e ainda que apresentassem relevância, sobretudo, para a audiência jovem. Para tanto, considerou-se: idade escolar (o ensino médio e a preparação para o ingresso no ensino superior), a inserção na vida política (o direito ao voto facultativo aos 16 anos), o exercício e respeito da cidadania (a ciência de direitos básicos ou incentivos governamentais), temas de importância sanitária e ainda o repertório sócio-cultural (em termos históricos, políticos e econômicos, também pensando em seu uso em processos seletivos da graduação).

A produção dos vídeos segue um padrão: estudo do conteúdo e escrita do roteiro de modo a simplificar a mensagem. Então é feita a gravação e posteriormente a edição, inserindo recursos gráficos como imagens e vídeos paralelos, se necessário, para a exemplificação do conteúdo. Nos primeiros vídeos eram inseridas legendas manualmente, porém mais tarde foi aderido o recurso de legendas automáticas nas plataformas, levando em consideração o público com deficiência auditiva e ainda para locais onde não se é possível compreender o áudio ou ainda se deve fazer uso do celular sem som. No

momento da publicação, no TikTok, é utilizado o recurso de adicionar música, em um volume de aproximadamente 5% para não ocorrer conflito com a fala. Esse recurso é útil quando um instrumental viralizado é selecionado para o vídeo, pois deste modo mais usuários localizam o conteúdo a partir da própria música. Após isso, são inseridas as hashtags, são escolhidas palavras-chave relacionadas ao conteúdo do vídeo pensando nas visualizações que o assunto possui dentro do TikTok, para assim atrair mais usuários. O vídeo, em seguida, é publicado no Instagram, seguindo as hashtags do TikTok.

Exemplificando a seleção da temática em fatores mencionados anteriormente, é possível destacar o vídeo sobre a Lei Rouanet. A escolha do tema se deu em um cenário de repercussão das notícias ligadas ao escândalo de artistas sertanejos sendo pagos diretamente por prefeituras, e a falsa equivalência feita em relação à Lei Rouanet. Considerou-se que muitos jovens poderiam acessar informações sobre o assunto que estava em evidência e que mencionavam de forma recorrente a lei federal de incentivo à cultura. A fim de minimizar uma confusão entre os assuntos, o objetivo do vídeo era explicar o que era a Lei Rouanet e destacar a inexistência de repasse de verbas estatais para artistas através desse programa. Além de representar importância como repertório sócio-cultural, a temática ainda se configura como conscientização a respeito da cidadania.

Do mesmo modo, o vídeo sobre o SiSU considera a idade escolar e o processo de preparação para a graduação ao apresentar uma forma de acessar o ensino superior público. Já os dois vídeos em que foram apresentados os pré candidatos à presidência da república consideravam o ingresso na vida política dos jovens que passam a ter direito ao voto facultativo.

Neste momento de retorno integral da UFPel às atividades presenciais, o projeto realizará atividades em escolas de ensino médio, trabalhando a diversidade de abordagens entre matérias acerca de um mesmo assunto. Para isso, será apresentada uma notícia de veículos tradicionais, uma notícia oriunda de portais de jornalismo independente, e uma matéria sem credibilidade ou desinformativa, justamente para que o jovem se familiarize com as diferentes abordagens dentro do mesmo tema, e então saiba reconhecer aquilo que deve ser assimilado como informação.

A partir do que for trabalhado em sala de aula e das discussões alimentadas pelos estudantes, com suas contribuições pertinentes ao assunto, será produzido um vídeo para publicação no Instagram e no TikTok.

A pauta do primeiro encontro terá um tema delimitado pelo projeto, a desinformação, mas o que será abordado em próximos encontros levará em consideração, principalmente, as sugestões dos próprios alunos, para que a inserção dos jovens ao consumo jornalístico respeite seus assuntos de interesse e instigue sua vontade de pesquisar.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Considerando a polêmica que envolvia os dois primeiros temas selecionados para os vídeos (pré-candidatos à presidência e a Lei Rouanet) e como possuíam forte ligação com os conflitos políticos momentâneos no cenário brasileiro, o perfil recebeu comentários hostis de apoiadores do presidente Bolsonaro, alguns até eram ofensivos (em relação à aparência, índole e o intelecto) e foram deletados, outros apresentavam comportamento de robôs, com repetição de termos e

emoticons, os que deixavam margem para essa suspeita também foram apagados. Também foi devido à polêmica acerca dos assuntos que as visualizações do projeto cresceram de uma média de 100 para mais de 200 mil em um único vídeo (no TikTok), e assim o projeto foi de 20 seguidores para mais de 3 mil.

Em meio aos comentários negativos, notou-se um resultado positivo em diversos comentários que, além de agradecer, elogiavam e ressaltavam a necessidade do conteúdo nas plataformas, assim como determinados internautas que passaram a ser consumidores regulares dos vídeos do Verifato, ainda que com o afastamento de conteúdos polêmicos as visualizações tenham sido reduzidas.

Vale apontar que há uma discrepância entre os números do TikTok e do Instagram. Geralmente as visualizações no TikTok são massivamente maiores, assim como curtidas e comentários.

4. CONCLUSÕES

Levando em conta os resultados já apresentados anteriormente e do que foi observado nas redes sociais, é possível afirmar que a atuação do Verifato é positiva enquanto proposta informativa, o que contribui para o trabalho presencial com estudantes do Ensino Médio. Também destaca-se a importância da segunda etapa do projeto, quando os adolescentes indicarão os temas de interesse para a produção de vídeos e para as atividades de intervenção nas escolas.

Dentro do objetivo da alfabetização midiática, o projeto se mostra consistente na apresentação de temas de interesse público e recorrência no cenário jornalístico em uma linguagem de fácil compreensão, considerando os comentários apresentados como os resultados do trabalho que não apenas agradeciam pelo conteúdo sintetizado como também apontavam a importância do trabalho do projeto.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUER, Thomas. O valor público da Media Literacy. **Líbero**, São Paulo, v.14, n.27, p. 9 – 21, 2011.

ÉNOIS, **Relatório Reload**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://enoisconteudo.com.br/reload/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

OFCOM. **Instagram, TikTok and YouTube teenagers' top three news sources**. Reino Unido, 21 jul. 2022. Disponível em: https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2022/instagram,-tiktok-and-youtube-teenagers-top-three-news-sources?utm_source=substack&utm_medium=email. Acesso em: 22 jul. 2022.

SALGUEIRO, Igor et al., Verifato nas escolas: educação midiática e combate à desinformação na educação básica. In: **7ª SEMANA INTEGRADA DE INOVAÇÃO, ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO**, 19 out. 2021, Pelotas. Anais do VIII Congresso de Extensão e Cultura, Pelotas: Pró-reitoria de Extensão e Cultura, 2021. p.197-200.