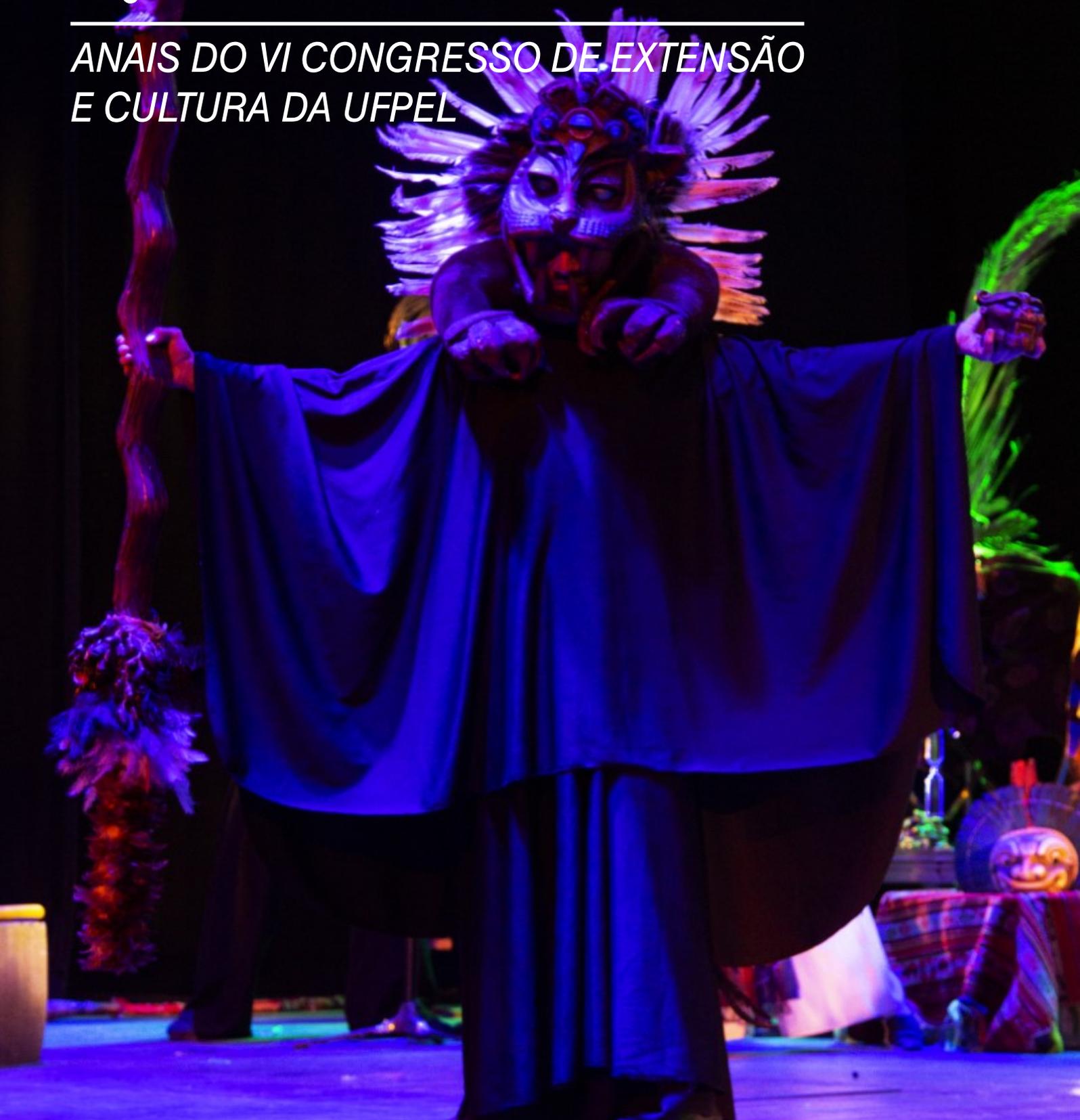


CEC 2019

*ANAIS DO VI CONGRESSO DE EXTENSÃO
E CULTURA DA UFPEL*



PR
Pró-Reitoria de
EC
Extensão e Cultura



5ª SIIPE
SEMANA INTEGRADA
UFPEL 2019

INOVACAO > ENERGO > PESQUISA > EXTENSÃO



V CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA

ORGANIZAÇÃO

Comissão Científica VI CEC

Francisca Ferreira Michelin – Presidente
Felipe Fehlberg Hermann
João Fernando Igansi Nunes
Silvana de Fátima Bojanoski

Comissão Organizadora VI CEC (acadêmicos)

Bárbara dos Santos Kurz
Betina Dummer Uczak
Carlos Eduardo Vetromille Brito
Isabela Almeida Nogueira
Jéssica Cristina Alves
Joice Vieira Soares
Lisiane Gastal Pereira
Lucas Farias Centeno
Marlene dos Santos de Oliveira
Miguel Pereira Soares
Nicole Fernandes da Silva
Rafael Nolasco

Reitor

Pedro Rodrigues Curi Hallal

Vice-Reitor

Luis Isaías Centeno do Amaral

Chefe de Gabinete

Paulo Roberto Ferreira Júnior

Pró-Reitor de Ensino

Maria de Fátima Cóssio

Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

Flávio Fernando Demarco

Pró-Reitor de Planejamento e Desenvolvimento

Otávio Martins Peres

Pró-Reitor Administrativo

Ricardo Hartlebem Peter

Pró-Reitor de Gestão da Informação e Comunicação

Julio Carlos Balzano de Mattos

Pró-Reitor de Gestão de Pessoas

Sérgio Batista Christino

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis

Mário Renato de Azevedo Júnior

Comissão Organizadora VI CEC

Andréa Lacerda Bachettini
Desirée Nobre Salasar
Jerri Teixeira Zanusso
Norlai Alves Azevedo
Valdecir Carlos Ferri
Ana Carolina Oliveira Nogueira
Cátia Aparecida Leite da Silva
Elias Lisboa dos Santos
Mateus Schmeckel Mota
Matheus Blaas Bastos
Nádia Najára Krüger Alves
Rogéria Aparecida Cruz Guttier

Pró-Reitora de Extensão e Cultura

Francisca Ferreira Michelin

Coordenador de Arte e Inclusão

João Fernando Igansi Nunes

Coordenadora de Patrimônio Cultural e Comunidade

Silvana de Fátima Bojanoski

Coordenador de Extensão e Desenvolvimento Social

Felipe Fehlberg Herrmann

Núcleo de Ação e Difusão Cultural

Matheus Blaas Bastos

Núcleo de Formação, Registro e Acompanhamento

Ana Carolina Oliveira Nogueira
Rogéria Aparecida Cruz Guttier
Cátia Aparecida Leite da Silva

Seção de Integração Universidade e Sociedade

Norlai Alves Azevedo

Seção de Captação e Gestão de Recursos

Mateus Schmeckel Mota
Elias Lisboa dos Santos

Seção de Mapeamento e Inventário

Andrea Lacerda Bachettini

Secretaria

Nádia Najara Kruger Alves

Design Editorial

Carlos Eduardo Vetromille Brito

Foto da capa

Fotografia
V SIIPE, Orquestra de Instrumentos Autóctones e
Novas Tecnologias - UNTREF/Argentina
Fotógrafo: Alvaro Pouey de Oliveira Filho



UFPel 50 anos: construindo cidadania com Extensão Universitária

O tema celebrado pela 5ª Semana Integrada de Inovação, Ensino, Pesquisa e Extensão (SIIPE) da UFPel comemorou o aniversário de 50 anos da Universidade com o enunciado que faz referência a uma das principais funções da universidade pública: a construção da cidadania. Do ponto de vista do Congresso de Extensão e Cultura, o tema vem contemplado pelas diretrizes da Extensão, o que equivale dizer que a própria dimensão o atende intrinsecamente, porque a formação cidadã é o pressuposto básico da genuína prática extensionista. E isso ocorre, justamente, quando há poucos meses o Conselho Nacional de Educação homologou através da Portaria no 1.350, publicada no Diário da União de 17 de dezembro de 2018, a homologação do Parecer que estabelece as diretrizes e normas para as atividades de extensão na educação superior do País. O que se encontra nesse documento afirma “a extensão universitária como função potencializadora na formação dos estudantes e na capacidade de intervir em benefício da sociedade, aspecto essencial para que a universidade se realize como instrumento emancipatório do ponto de vista histórico” (p. 4) 1

Desse modo, é atual, presente e justificável que se entenda e se defenda - porque também isso é necessário - a extensão universitária sob dois dos princípios que a determinam: um é o processo formativo para o estudante e o outro, o processo que o forma um cidadão voltado a interagir com a sociedade em uma perspectiva cidadã, ou seja, pronto a exercer o conhecimento de modo a contribuir para a melhoria da sociedade.

Retomando o texto do Parecer, entende-se que a valorização da extensão pressupõe uma mudança de paradigma pedagógico que se expressa no profundo câmbio do “eixo pedagógico clássico, ou seja, a relação estudante/professor, é substituída pelo eixo estudante/professor/comunidade” (p. 9). O que se conforma, diante deste quadro é a compreensão de um novo entendimento para a formação do estudante, seja qual for o curso que este esteja cursando. Assim, a extensão tornou-se “dimensão pedagógica essencial à formação superior”(p. 11).

Alguns perguntam se isso é possível, realizável e cumpre com a meta para a qual foi feito. A V SIIPE encerrou com um exemplo concreto ao trazer à Pelotas a Orquestra de Instrumentos Autóctonos y Nuevas Tecnologias da Universidad Nacional Tres de Febrero, Argentina. O espetáculo, assistido por mais de mil pessoas, é resultado deste processo porque, tal como explicou o Prof. Alejandro Iglesias, diretor e maestro da Orquestra, o espetáculo é apenas a forma final e visível de um processo no qual todas as dimensões do aprendizado estão vinculadas: os conteúdos formais, a pesquisa e a profunda integração com as culturas sul americanas. Trata-se, portanto, de um aprendizado integral, contínuo e expansivo.

Para não esquecer o exemplo, é que a capa destes Anais, com os quais celebramos mais uma edição do Congresso de Extensão e Cultura, apresenta uma fotografia de um dos momentos do espetáculo da Orquestra, que encerrou a V SIIPE. Nessa imagem vemos o resultado de um agir pleno: a luteria, a arte da confecção de máscaras, a interpretação musical e cênica e todo o aparato tecnológico que conforma a presença e atuação dos professores-músicos-pesquisadores e estudantes-músicos em formação - pesquisadores iniciantes, que se apresentaram no palco do Theatro Guarany. Foi uma ocorrência memorável que serviu para acreditar que é possível um novo modelo de formação universitária.

Francisca Ferreira Michelin
Pró-Reitora de Extensão e Cultura/UFPel

SUMÁRIO

DESIGNERIA EMPRESA JÚNIOR: PROJETOS DE IDENTIDADE VISUAL (2019)

LUIZA PINTO AZEVEDO; JOANNA DE OLIVEIRA BORGES VOLOSKI; PROF^ª. DR^ª. HELENA DE ARAUJO NEVES

08

PROJETO DE EXTENSÃO: FEDERAL EM CAMPO

JOÃO ANTONIO NUNES FERREIRA; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM

12

A EDUCOMUNICAÇÃO EM FOCO: APLICAÇÃO DO PROJETO DE WEB RÁDIO, WEB TV E INCLUSÃO SOCIAL

MICAEL MACHADO DA SILVA; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO

16

“A VIDA FOI SE AJEITANDO”: USO DO AUDIOVISUAL NA RECONSTITUIÇÃO DE MEMÓRIAS

MARIANA DOS SANTOS ESCOBAR; ROSANE APARECIDA RUBERT

19

OS FENÔMENOS EMOCIONAIS ENVOLVIDOS NO ENSINO/APRENDIZAGEM DE UMA LÍNGUA ESTRANGEIRA DIANTE DE TAREFAS COMUNICATIVAS

JHULY NOLASCO MADRUGA; MILENA HOFFMANN KUNRATH

23

PROJETO DE DICAS PARA O ENEM: A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA EDUCOMUNICAÇÃO

GIORDANNA BENKENSTEIN VELLEJOS; VALQUÍRIA MACHADO; JÚLIA MÜLLER PEREIRA; NÓRIS MARA LEAL;

26

NÍVEL DE ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES E PERFIL DE SEGUIDORES DE UM GRUPO DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO EM PECUÁRIA NAS REDES SOCIAIS

DAVI DAYAN ASSENHEIMER; GABRIELA BUENO LUZ; MICHELLE DE ALMEIDA OLLÉ; CÁSSIO CASSAL BRAUNER

29

NO MEU BAIRRO TEM, E NÃO TEM: A EDUCOMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL

JEFFERSON PERLEBERG RUBIRA; MARIANA HALLAL; MARINA AMARAL; SILVIA MEIRELLES LEITE

33

EM PAUTA: A COMUNICAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE

TALYSSA NEVES MACHADO; ELENA BOM REIS ABREU DOS SANTOS; MICHELE NEGRINI; MARISLEI RIBEIRO

37

PRODUÇÃO DE MÍDIA INDEPENDENTE: JORNAL IMPRESSO NA ESCOLA FRANKLIN OLIVÉ LEITE

JOSE PEDRO MINHO MELLO; MÁRCIA DRESCH;

40

**IDENTIDADES VISUAIS: ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO DA EXTENSÃO
UNIVERSITÁRIA E ADAPTAÇÕES PARA DIVULGAÇÃO DE EVENTOS :
DESENVOLVIMENTO DE MATERIAIS PUBLICITÁRIOS**

CARLOS EDUARDO VETROMILLE BRITO; JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES

44

I MATEADA DO CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA

*STHÉFANIE DA CUNHA; THALIA STRELOV DOS SANTOS; KAREN RAQUEL PENNING KLITZKE; CAIRO
SCHULZ KLUG; MATHEUS GOULART CARVALHO; CARLOS ANTÔNIO DA COSTA TILLMANN*

48

DESIGN EDITORIAL COMO FERRAMENTA DE ACESSO A PUBLICAÇÕES

ISABELA ALMEIDA NOGUEIRA; JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES

52

PET SOLIDÁRIO

*THAIS HUBNER; AUGUSTO VICTOR DEMARCO; EDUARDA ANDERSEN; THALIA BIEHALS DA SILVA;
VINICIOS HUTTNER BUBOLZ; DANIELLE RIBEIRO DE BARROS*

56

OFICINAS WORLD CAFÉ EM PELOTAS

*JAMES SILVA COUTO; SIRLENE DE MELLO SOPEÑA; TANARA GOMES MEDEIROS; ADRIANA ARAÚJO
PORTELLA*

60

**BRANDING COMO GESTÃO DE MARCA E A PERCEPÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL
DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS NO PROJETO LINHA UFPEL**

THUANY BUNILHA; ANA DA ROSA BANDEIRA

64

**DESENVOLVIMENTO DA MARCA PARA A UNIVERSIDADE ABERTA PARA IDOSOS DA
UFPEL**

BÁRBARA DOS SANTOS KURZ; JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES

68

PROJETO DE EXTENÇÃO: A CIÊNCIA EM SI

DIEGO PLAMER; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM

72

**PROJETO: #LIVECOMFABRÍCIO - USO DE REDES SOCIAIS VIRTUAIS PARA
CAPACITAÇÃO NA EDUCAÇÃO FÍSICA; SEGUNDO ANO DE TRABALHO**

*RAFAELA DE OLIVEIRA DAS NEVES; BRUNO NICANOR MELLO DA SILVA; FABRÍCIO BOSCOLO DEL
VECCHIO*

75

**A INTERDISCIPLINARIDADE NA ASSISTÊNCIA AOS MUNICÍPIOS DA ZONA SUL:
PROJETO BARRACA DA SAÚDE**

*JESSICA CRISTINA ALVES; MICHELE MANDAGARA DE OLIVEIRA; GABRIEL MOURA PEREIRA; JÉSSICA
MOREIRA LOPES DE SOUSA; FELIPE FEHLBERG HERRMANN*

79

EDUCAÇÃO POPULAR E EDUCOMUNICAÇÃO: CONSTRUINDO ILUSTRAÇÕES AUTORAIS

ISABELA MARIA SANTOS SILVA; BRUNA LETICIA DA SILVA BUENO; HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO; ROSE ADRIANA ANDRADE DE MIRANDA

82

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS EM PAUTA UFPEL: UM ESPAÇO ABERTO E COLETIVO

JÚLIA MÜLLER PEREIRA; CARLOS ANDRÉ ECHENIQUE DOMINGUEZ

86

MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO: AGÊNCIA EXPERIMENTAL DO JORNALISMO UFPEL

LUMA RAMOS DA COSTA; NATALIA QUINTAS; MARINA PINTO TOMAZ; GABRIEL HENRIQUES; RUI GLESSANDER OLEIRO VASCONCELOS JÚNIOR; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO

89

TRAVESSIAS NA FRONTEIRA BRASIL-URUGUAY: AÇÕES DE EXTENSÃO

HUMBERTO LEVY DE SOUZA; TAÍS BELTRAME DOS SANTOS; EDUARDO ROCHA

93



COMUNICAÇÃO

DESIGNERIA EMPRESA JÚNIOR: PROJETOS DE IDENTIDADE VISUAL (2019)

LUIZA PINTO AZEVEDO¹; JOANNA DE OLIVEIRA BORGES VOLOSKI²;
PROF^a. DR^a. HELENA DE ARAUJO NEVES³

¹Universidade Federal de Pelotas – luizapazevedo125@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – jovoloski@gmail.com

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

1. INTRODUÇÃO

A Designeria Empresa Júnior foi fundada em 5 de novembro de 2010 junto aos cursos de Design da UFPel e funciona como um projeto de extensão – naquele momento o intuito com o projeto era, e continua a ser, propiciar aos acadêmicos experiência de mercado, de gestão de pessoas e projetos, de criação de projetos com o foco em Design. Além de proporcionar a experiência de mercado, outro objetivo da Designeria é retornar à sociedade os recursos empregados na educação dos alunos integrantes da empresa – isso se dá por meio de cotas de trabalhos sociais voltados às pessoas que estão começando um empreendimento e também para outros projetos vinculados à UFPEL.

O presente artigo tem por finalidade apresentar a Designeria Empresa Júnior, explicando como funciona sua metodologia de funcionamento e, por último, expor dois trabalhos que estão sendo desenvolvidos pela sua equipe neste semestre.

2. METODOLOGIA

A Designeria utiliza-se de algumas técnicas de coleta de dados para compreender as demandas de seus clientes, além de utilizar muito o método exploratório (GIL, 2019). Essas técnicas sempre dependerão do tipo de cliente e de trabalho a ser desenvolvido. Com relação à sua metodologia de trabalho essa possui um sistema de organização empresarial no qual a equipe é dividida entre cargos: presidente, diretor de marketing, diretor de projeto, financeiro, secretário e estagiários. Contudo, todas as decisões relacionadas aos projetos e ao funcionamento da empresa devem ser tomadas pelos seus membros – em especial nas reuniões que ocorrem uma vez por semana. Estas são necessárias tendo em vista as discussões administrativas decorrentes de sua atuação. Além dessa sistematização do trabalho a empresa utiliza-se do, para sua gestão, do modelo de Plano de Negócios do SEBRAE¹. É necessário ressaltar também que todos os acadêmicos participam dos projetos, independentemente do cargo que ocupam. O processo de seleção dos novos integrantes é feito através de edital e de entrevista – organizados pelos próprios integrantes.

O primeiro contato com o cliente se dá através do e-mail² da empresa. Todos os integrantes têm acesso a ele, mas a responsabilidade de acompanhamento diário do mesmo fica a cargo da bolsista de extensão. Por meio deste recurso, pode-se determinar as necessidades de cada cliente para, posteriormente, marcar

¹Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>

²Contato da Designeria: designeria.ufpel@gmail.com

mundo visualmente saturado, por isso um bom símbolo torna-se um diferencial forte e memorável. Além disso, ela indica que outra forma de ter uma marca destacada no mercado ocorre pelo uso estratégico da cor. Uma vez que “a cor é usada para evocar emoção, expressar personalidade e estimular associações” (WHEELER, 2014). Por este motivo, as cores principais aplicadas à marca foram o vermelho e o laranja – que ajudam a transmitir determinação, potência, energia e firmeza, sentidos que são presentes no exercício da função do cliente Gustavo Batalha. Essas opções podem ser verificadas a seguir:



Figura 3: Marca Gustavo Batalha.
Fonte: Dados da Designeria Empresa Júnior

Após a exposição dos dois casos desenvolvidos neste ano é importante destacar que essas criações foram produzidas a partir das teorias que envolvem a criação de marcas. Além disso, a equipe discutiu essas criações em reuniões semanais – além de outros canais de comunicação utilizados pelos integrantes da Designeria. Cabe destacar, por fim, que essas criações foram orientadas por duas docentes dos cursos de Design e propiciaram que os discentes aplicassem os conhecimentos teóricos em casos reais de mercado. Em linhas gerais esses foram os procedimentos teórico-metodológicos utilizados para realizar os trabalhos apresentados. Ambos foram aprovados e foram utilizados no mercado.

4. CONCLUSÕES

Como evidenciado, a Designeria Empresa Júnior possui um sistema de gerenciamento no qual seus integrantes podem desenvolver suas habilidades através de um ambiente que tem como objetivo além de desenvolver autonomia, inovação e espírito de equipe em seus integrantes – proporcionar a eles uma aproximação e uma vivência de mercado – ainda que estejam na condição de estudantes.

No momento presente, algumas ações estão sendo planejadas para melhorar ainda mais o sistema interno de gestão de projetos da empresa como, por exemplo, ao utilizar o aplicativo de Gestão de Projetos Trello – neste os dados de todos os projetos estão expostos para os integrantes da empresa facilitando, assim, o acompanhamento do desenvolvimento das tarefas e de seus prazos.

Como foi possível debater, a Designeria é um espaço em que os acadêmicos fazem a gestão empresarial; aprendem; ensinam os novos integrantes e ficam em

contato com o mercado. Além disso, por meio dos projetos executados, eles têm a oportunidade de aplicar os conhecimentos obtidos em sala de aula de forma prática. Como objetivos futuros a Empresa tem a intenção de atrair mais estudantes e de divulgar os serviços de design oferecidos para a comunidade interna e externa à Universidade – que se dará por meio de um plano de Marketing que está sendo implementado. Diante do exposto, este artigo também tem a intenção de corroborar com esses objetivos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro:

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo, Atlas, 2009.

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

Resumo de Evento:

CALDEIRA, Camila Soares; BASÍLIO, Lucas da Cruz; NEVES, Helena de Araujo. **Um retorno para a sociedade: projetos Designeria Empresa Júnior**. In: CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL, 4., Pelotas, 2017, Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Extensão e Cultura, 2017. p.26.

MARQUES, Natália Marroni; NEVES, Helena de Araujo. **Criação de identidade visuais para eventos: projetos Designeria Empresa Junior**. In: CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL, 5., Pelotas, 2018, Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Extensão e Cultura, 2018. p.19.

SURIZ, Anna Laux; SILVA, Mariana Couto; NEVES, Helena de Araujo. **Designeria Empresa Júnior: projetos de design para a comunidade interna e externa da UFPEL**. In: CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL, 3., Pelotas, 2016. Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Extensão e Cultura, 2016. p.21.

VOLOSKI, Joanna de Oliveira Borges; SILVA, Julia lima da; NEVES, Helena de Araujo. **Design estratégico na prática: Designeria Empresa Júnior**. In: CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 27, Pelotas, 2018. Anais... Pelotas: Pró-reitoria de Pesquisa, 2017. p.1-4.

Documentos Eletrônicos:

Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI. **Marcas**. 2017. Acessado em: 23 de julho. 2019. Disponível em: <<http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual/wiki/PDF>>.

PROJETO DE EXTENSÃO: FEDERAL EM CAMPO

JOÃO ANTONIO NUNES FERREIRA¹; RICARDO ZIMMERMANN
FIEGENBAUM²

¹Universidade Federal de Pelotas – joaoantonioferreira23@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ricardoziifi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Federal Em Campo é um projeto de extensão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas em parceria com a Rádio Federal FM, coordenado pelo professor Ricardo Zimmermann Fiegenbaum, com participação de alunos de Jornalismo e apoio de jornalistas já formados pela UFPel.

É através do projeto que os alunos participantes adquirem experiência em transmissões esportivas, seja como narrador, comentarista, repórter ou plantonista, podendo atuar nos estúdios da Rádio Federal ou nos estádios e ginásios. Na maioria dos casos, este é o primeiro contato dos alunos com transmissões esportivas ao vivo, ou seja, a primeira inserção no meio do jornalismo esportivo.

Milton Jung, em seu livro “Jornalismo de Rádio”, afirma que o rádio cresceu com o futebol brasileiro e se tornou o veículo de comunicação que mais explorou a emoção do esporte. Mesmo com o predomínio da televisão nos dias atuais, é muito comum observar torcedores em estádios de futebol com seus rádios de pilha, ou seus celulares, sintonizados nas rádios, um velho hábito que não se perdeu com o tempo.

Alguns jornalistas, narradores e comentaristas, falaram sobre o crescimento de audiência das transmissões esportivas no rádio. Outro ponto que vem ganhando destaque entre eles, é a parceria entre rádio e internet, uma nova maneira de levar os jogos até os ouvintes, que vem ganhando cada vez mais espaço e espectadores.

O fato de as transmissões ocorrerem através da Rádio Federal FM é um ponto importante a favor do Federal Em Campo, pois é onde o projeto elimina concorrente e ganha mais audiência. Na cidade de Pelotas, a rádio é a única a transmitir jogos de futebol ao vivo através de radiofrequência FM.

O principal objetivo do presente trabalho é expor a importância do projeto Federal Em Campo e todo conhecimento e experiência que é possível adquirir ao participar, pois são raras as oportunidades que estudantes têm para exibir suas qualidades na área do jornalismo esportivo de rádio para ouvintes de qualquer lugar do mundo.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado através de estudos, pesquisas e leituras sobre o jornalismo esportivo e o jornalismo esportivo no rádio, bem como o crescimento de audiência em transmissões esportivas no rádio. Também foi utilizada a experiência que adquiri como bolsista no projeto, tendo a oportunidade de aprender com colegas e outros profissionais da área, possibilitando que eu passe adiante o conhecimento adquirido.

Aqui na cidade de Pelotas é possível perceber a importância das rádios para as transmissões esportivas, principalmente dos jogos de futebol. Emissoras com grande reconhecimento no cenário estadual fazem parte do leque de possibilidades que o ouvinte tem para escutar o jogo que desejar. A Rádio Federal FM, através do Federal Em Campo, vem ganhando seu espaço e brigando pela audiência do público de todas as idades.

Como dito acima, o fato de a Rádio Federal ser a única emissora que transmite os jogos na radiofrequência FM, ajuda bastante na corrida pela audiência. Outro fator positivo é a maleabilidade da equipe que faz parte do projeto. Jovens estudantes com visões diferentes sobre os esportes e maneiras diferentes de fazer as transmissões.

Todo funcionamento do projeto depende de vários fatores, iniciando com o levantamento de fundos para que sejam pagas as carteiras da ACEG (Associação dos Cronistas Esportivos Gaúchos) aos participantes que não a possuem, sem ela, não é permitida a entrada para transmissão nos estádios. Em seguida, os estudantes responsáveis pela escala de trabalho, organizam quem vai fazer cada função e entram em contato com os alunos para a confirmação das datas de jogos e a disponibilidade.

Depois da grade estar pronta, é preciso entrar em contato com os professores, pois alguns jogos são em dias de aula, então é preciso pedir que as faltas sejam abonadas àqueles que estarão trabalhando. Também é preciso fazer o pedido de transporte para a coordenação da UFPel, onde um motorista leva os membros do projeto da Rádio Federal FM até o estádio onde será a transmissão e depois retorna com eles até a Rádio.

O último passo é o pré e o pós-jogo. É feito sempre um estudo a respeito dos times que irão disputar a partida e um roteiro de jogo para que a equipe de transmissão não se perca no decorrer da partida. Um pouco antes da saída da rádio, é preciso que alguém da equipe confira a mala com os equipamentos. Já no estádio, é feita a instalação deles na cabine, a chamada “parte técnica”, normalmente em contato com o técnico de estúdio, que fica na rádio. Após a transmissão, todo equipamento é recolocado na mala e devolvido para a rádio.

Segundo pesquisa da Deloitte Global, a receita global de rádio está crescendo, podendo chegar em 40 bilhões de dólares neste ano. Outro resultado da pesquisa foi que mais de 85% da população adulta escuta pelo menos 90 minutos de rádio por dia. Há também a projeção de que até 2025 as pessoas provavelmente passarão mais tempo ouvindo rádio do que assistindo TV.

Esses dados tornam a programação no rádio cada vez mais atrativa, ainda mais quando se trata de programação esportiva. Com a, cada vez maior, disputa entre as emissoras de TV pelo domínio das transmissões esportivas televisionadas, o rádio corre por fora e ganha cada vez mais destaque e ouvintes. Muitas vezes andando de mãos dadas com a internet, o rádio arrebatou muita audiência online e adquire um público fiel.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nestes quatro meses como bolsista do projeto, pude perceber com mais clareza a importância da atuação na área para que se possa adquirir experiência e aprendizado. A cada transmissão, um novo obstáculo superado, novos conhecimentos e, principalmente, frutos colhidos. Recentemente, dois antigos participantes do projeto, foram contratados por uma outra rádio aqui da cidade de Pelotas, para se juntar a equipe de transmissão esportiva.

O Federal Em Campo é uma porta de entrada de novos ouvintes para a Rádio Federal FM. Ao escutarem as transmissões esportivas, acabam se fidelizando e consumindo toda a programação que a rádio dispõe. Além disso, é fortalecida ainda mais a ligação da Rádio com a Universidade e a população. Ou seja, a transmissão de uma partida de futebol, mostra ainda mais a importância que a UFPel tem para com a comunidade, transparecendo a sua importância para a cidade e a região.

Em meio aos problemas e ataques que a UFPel vem enfrentando, os alunos, professores e demais funcionários que ajudam na sequência do projeto, permaneceram fiéis ao projeto e continuaram se dedicando e se doando para que as transmissões continuassem acontecendo e que a nossa voz continuasse sendo escutada por nossos ouvintes.

A Rádio Federal, uma rádio educativa, que abre espaço para os alunos participarem da sua grade de programação, seguiu cedendo funcionários e equipamentos necessários para o funcionamento do projeto, bem como algumas ramificações que o projeto já vem produzindo, como é o caso do programa Fora de Campo, um programa esportivo que ocorre duas vezes na semana, e que é produzido e apresentado por estudantes do curso de jornalismo e participantes do projeto Federal Em Campo. A possibilidade de a informação esportiva chegar até o ouvinte, só se dá graças a UFPel, evidenciando que a Universidade é de todos e para todos.

No projeto, os integrantes aprendem a trabalhar em equipe, a lidar com os equipamentos e, principalmente, lidar com as adversidades. Algumas vezes surgem problemas com os equipamentos, problemas de comunicação ou algum outro tipo de problema. Normalmente, os problemas ocorrem com os equipamentos, isso faz com que a equipe de transmissão tenha que se desdobrar para solucioná-lo e manter a qualidade da difusão.

É superando os problemas e adversidades que se obtém conhecimento e experiência, e uma das principais experiências que eu obtive nesse tempo no projeto, foi aprender a fazer a parte técnica das transmissões, pois algumas rádios precisam contratar um técnico especializado.

4. CONCLUSÕES

Através da dedicação de todos aqueles que, de alguma maneira, apoiam e fazem parte do projeto, cada vez mais ele será reconhecido, respeitado e terá forças para seguir disputando a fiel audiência das transmissões esportivas da região de Pelotas. Assim, será possível que outros participantes possam ganhar destaque e oportunidades em outras rádios, adquirindo mais experiência e conhecimento.

O Federal Em Campo é mais uma ponte entre a Universidade Federal de Pelotas e a população. A união entre o projeto, a rádio e a Universidade leva o esporte até os moradores da região, uma excelente oportunidade para todos os envolvidos ganharem destaque e reconhecimento.

Baseado nos dados e pesquisas citados acima, é possível afirmar que com o bom funcionamento de todas as partes envolvidas no projeto, o futuro será promissor para todos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JUNG, M. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

BARBEIRO, H. RANGEL, P. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

COELHO, P.V. **Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.

RIBEIRO, A. **Os Donos do Espetáculo: Histórias da Imprensa Esportiva do Brasil**. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2007.

Futebol Interior. **Narradores celebram bom momento das transmissões no rádio**. São Paulo, maio de 2019. Notícias. Acessado em 09 de setembro de 2019. Online. Disponível em: <https://m.futebolinterior.com.br/noticias/narradores-celebram-bom-momento-das-transmissoes-no-radio>

Deloitte Global. **Rádio: Receita, alcance e resiliência**. Deloitte Insights, Canadá, dezembro de 2018. Tecnologia. Acessado em 02 de setembro de 2019. Online. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions/radio-revenue.html>

A EDUCOMUNICAÇÃO EM FOCO: APLICAÇÃO DO PROJETO DE WEB RÁDIO, WEB TV E INCLUSÃO SOCIAL

MICAEL MACHADO DA SILVA¹
MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO³

¹Universidade Federal de Pelotas – ummicael@gmail.com

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

1. INTRODUÇÃO

A extensão universitária é apontada como um dos pilares do ensino superior tanto no Brasil quanto no exterior. Isso, exorta não somente a formação profissional como também humanística dos sujeitos sociais. Por este viés, como fruto de uma ação extensionista, surge o projeto de extensão “Web Rádio, Web TV e Inclusão Social”, responsável por trazer à tona a educomunicação conceituada por Márques e Talarico (2016) como:

[...] às relações de comunicação em espaços educativos, buscando a implementação de uma gestão democrática dos recursos da informação com a participação de professores, estudantes e membros da comunidade educativa. Para tanto, faz-se útil e necessário o domínio de metodologias de análise em comunicação, em projetos voltados para a educação [...] além do exercício da prática comunicativa a partir do protagonismo dos sujeitos sociais (MÁRQUES; TALARICO, 2016, p. 422 – 444).

Assim, revelando a educomunicação como paradigma indispensável à renovação curricular no ensino. Portanto, o presente trabalho buscou por intermédio da educomunicação utilizar os espaços educativos para a consubstanciação de práticas pedagógicas inovadoras que tornem possível a todos os sujeitos sociais envolvidos realizar aprendizagens mediante a Programas Radiofônicos e de TV via Web, abertos, criativos e dialógicos. Esses, que ao trabalhar diferentes temas, podem agregar valor aos conteúdos desenvolvidos nos bancos acadêmicos além de é claro, ajudar a exacerbar a consciência cidadã para atividades de responsabilidade social, suscitando uma compreensão da inclusão digital e da interatividade midiática.

2. METODOLOGIA

O método de pesquisa utilizado no projeto de extensão, aplicado na Associação Escola Louis Braille, é o denominado pesquisa participante que, segundo Grossi (1981), é um processo onde todos os envolvidos são ativos na análise de sua própria realidade. Isso tudo, com o intuito de promover uma transformação social em benefício dos participantes que são oprimidos – neste projeto, alunos com pouca ou total perda de visão.

No projeto desenvolvido a metodologia proposta por Grossi (1981), Pesquisa Participante, busca junto a todos envolvidos confrontar os novos desafios às exigências na educação inclusiva e na formação do sujeito

autônomo e crítico. Para tanto, semanalmente, são elaboradas produções de rádio e, a cada bimestre, a produção de um web jornal com a participação dos alunos da Associação Escola Louis Braille, situada na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. Este conta com a orientação do aluno bolsista do projeto, acadêmico do curso de Jornalismo, da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e com a orientação da professora fundadora e responsável pelo projeto, que está em vigor desde o ano de 2013. O público alvo são atores sociais com deficiência visual de diferentes níveis e com diferentes idades (de 5 a 36 anos), correspondendo aos alunos das séries iniciais e integrantes do Grupo de Vivências da Associação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os programas de rádio e TV acabaram se expandindo para além do espaço que lhe foi designado, frequentando o pátio interno da escola. Enfoque para o rádio que, segundo Mcleish (2001), é mais acessível do que os livros, pois “o bom rádio traz sua própria biblioteca, de especial valor para os que não podem ler – analfabetos, cegos e pessoas que por qualquer motivo não têm acesso à literatura em sua própria língua”.

O interesse por temas debatidos em aula, datas comemorativas e os eventos são assuntos veiculados, além de músicas dedicadas para os entes queridos, criando relações comunicativas, espaços de convivência e, é claro, aprendizado. São utilizados gravadores, microfones e equipamentos de audiovisual (câmera fotográfica digital, tripé e caixa de som).

No que diz respeito aos alunos da Associação, assim como os professores e a equipe técnica multidisciplinar, notou-se que a metodologia proposta por Grossi (1981), Pesquisa Participante, transformou todos em sujeitos ativos, tanto no processo quanto no planejamento e análise das atividades desenvolvidas. Assim também sendo visualizada a transformação dos recursos tecnológicos adotados nos encontros tornados pedagógicos, uma vez que quando os atores sociais os utilizaram, passaram a ter autoria na produção das mensagens.

Além disso, foi notada a ampliação da capacidade de expressão dos alunos com deficiência visual, melhorando o coeficiente comunicativo das ações educativas; um maior desenvolvimento no entendimento dos recursos, bem como o espírito crítico em relação aos meios de comunicação; o fortalecimento de ecossistemas comunicativos nos espaços educativos; a construção do conceito de “meios de comunicação” como construções coletivas, onde todos são necessários; a inserção na sociedade e o protagonismo deles próprios em suas histórias. Tudo, é claro, devido ao envolvimento e engajamento dos participantes do projeto de extensão de Web Rádio, Web TV e Inclusão Social.

4. CONCLUSÕES

Apesar das dificuldades encontradas, os alunos da Associação apresentaram grande desenvoltura na apresentação do programa de rádio bem como de TV, obtiveram melhora na fala e na dicção, enfoque para os alunos autistas, que inicialmente tinham maiores dificuldades. Houve também melhora na relação interpessoal e na relação dos alunos com o que estava acontecendo na cidade, no país e no mundo.

O desenvolvimento de diálogos com notícias e de atividades que estão sendo realizadas dentro da escola na semana contribui para trabalhar a memória de curto prazo dos alunos. Em relação aos aspectos técnicos, foi gerado um material institucional para a Associação e realização de pesquisas na área da extensão universitária, utilizando-se dos programas de rádio, TV e imagens realizadas na cobertura dos eventos realizados dentro e fora da Associação com os alunos.

Por fim, compete ressaltar que, com as ações efetivadas durante a execução do projeto, está sendo possível oferecer aos alunos novas vivências em educomunicação que colaboraram para a formação de gerações mais capacitadas a integrar diversas mídias de convergência digital.

5. REFERÊNCIAS

- GROSSI, Y. S. **Mina de Morro Velho**: a extração do homem, uma história de experiência operária. São Paulo: Paz e Terra, 1981.
- MCLEISH, R. **Produção de Rádio**: um Guia Abrangente de Produção Radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.
- MÁRQUES, F. T.; TALARICO, B. S. L. U. Da comunicação popular à educomunicação: reflexões no campo da 'educação cultura'. **Atos de Pesquisa em Educação (FURB)**, v. 11, p. 422 – 444, 2016.
- PAULA, J. A. A extensão universitária: história, conceito e propostas. **InterFaces Revista de Extensão da UFMG**, v. 1, p. 05 – 23, 2013.
- PRATA, N. **Web Rádio**: novos gêneros, novas formas de interação. Editora Insular, 2009.

“A VIDA FOI SE AJEITANDO”: USO DO AUDIOVISUAL NA RECONSTITUIÇÃO DE MEMÓRIAS

MARIANA DOS SANTOS ESCOBAR¹; ROSANE APARECIDA RUBERT²

¹Universidade Federal de Pelotas – marianadsescobar@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – rosanerubert@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão “Etnodesenvolvimento e Direitos Culturais em Comunidades Quilombolas e Indígenas”, vinculado ao Departamento de Antropologia e Arqueologia (ICH-UFPEL) trabalha com dois eixos principais de atuação: 1. A assessoria a grupos de artesãos quilombolas, na produção, promoção e comercialização de seus produtos, proporcionando geração de renda extra, e 2. A reconstrução das memórias e saberes tradicionais destas comunidades, através da produção de documentários junto aos membros das comunidades quilombolas. Consoante ao segundo eixo de ações, um documentário já foi lançado, denominado “Eu Aprendi Vendo”, tendo como tema o grupo de artesãos da comunidade do Maçambique (Canguçu-RS), disponível no endereço eletrônico: <https://vimeo.com/286766571>. Atualmente estão sendo produzidos novos documentários em parceria com a comunidade Nicanor da Luz, afim de manter viva a história, conhecimentos e aspectos gerais da vida cotidiana dos membros da associação quilombola.

A comunidade quilombola Nicanor da Luz está localizada na cidade de Piratini-RS, no bairro do Cancelão, que faz divisa entre o rural e o urbano. Composta por aproximadamente 20 famílias, que residem especialmente nas ruas Dorvalino Lessa e Iemanjá. A Associação foi formalizada em 2016, estando atualmente com os esforços direcionados para a construção de sua sede própria.

As famílias negras que residem no lugar – nem todas agregadas na Associação Quilombola –, assim como várias famílias de pessoas brancas, para ali se deslocaram em processos migratórios que tiveram seu auge nas décadas 1980-1990, impulsionados pelos mesmos fatores: precário acesso à terra nas localidades em que residiam, fechamento dos postos de trabalho em razão da tecnificação dos processos produtivos, dificuldade de acesso à escola para os filhos, distanciamento dos serviços de saúde. Muitas destas pessoas – ou, principalmente, ascendentes dos atuais moradores - eram trabalhadores em estabelecimentos rurais de médio ou grande porte, que residiam de “agregados” no local de trabalho, e foram residir no Cancelão após a aposentadoria [...] (RUBERT et al, 2019, p.4).

Com isso, estas famílias se mudam para uma localidade onde há emprego em firmas de pêssego e madeireiras. Este processo migratório foi feito com a ajuda de Nicanor da Luz e sua família, uma das primeiras a se mudar do meio rural para o Cancelão. Ela proporciona à outras famílias que seguem o mesmo rumo o acesso à pequenos terrenos através da venda com pagamento facilitado. Assim, seus já conhecidos poderiam acessar com mais facilidade empregos, escolas e tratamentos de saúde.

A primeira inserção do projeto na comunidade se deu através da assessoria ao grupo de artesãs Raízes Negras, como vistas a fortalecer a organização política e fomentar alternativas de gerações de renda para as mulheres, demanda apresentada pela Pastoral Afro-Brasileira de Piratini. Porém desde o início se percebeu a riqueza da memória viva na comunidade, especialmente no que se diz respeito à migração do negro do campo para a cidade, egressos de localidades diversas, e a recomposição dos vínculos sociais por meio de formas de convivência e padrões de significados diversos: condição étnico-racial; parentesco e compadrio; vizinhança; religiosidade; compartilhamento da condição de colegas em empresas agropecuárias, etc.

Os documentários foram idealizados como forma de recompor estas memórias do passado, em conjunto com o estilo de vida atual destas famílias através das gerações, agora organizadas pela associação quilombola Nicanor da Luz, homenagem feita ao homem que contribuiu na fixação das famílias no lugar e reconstituição de códigos de convivência. Nicanor, também chamado de “Tio Landi”, já falecido, é lembrado por sua generosidade, bondade e seus famosos bordões, como “eu te forneço” e “tá dito”, mimicados por aqueles que contam sempre em sua voz grossa e seguido por risadas.

2. METODOLOGIA

Traz-se como base a antropologia visual, ressaltando a relevância da imagem como ferramenta dentro da etnografia. Para que o resultado vise sempre um produto no qual o grupo se sinta representado, foram feitas leituras específicas a respeito do filme etnográfico, especialmente para a compreensão do papel do antropólogo/documentarista e a ética que este deve cumprir na manipulação das imagens que capta. O grupo que protagoniza o filme deve de fato fazer parte do filme, um trabalho realizado com e não para, de forma que o filme etnográfico, enquanto “objeto sensível” que afeta todos os envolvidos, se transforma em um “meio deste encontro.” (HIKIJ, 2009, p.115).

Minha ação como pesquisadora não se separa da atuação como realizadora de um filme etnográfico. A etnografia se constrói com palavras, imagens e sons. As palavras mediam, neste momento, a reflexão sobre o processo de pesquisa – mas este não se faz sem o recurso a este objeto superdotado de agência: a câmera de vídeo (HIKIJ, 2009, p. 119)

O filme etnográfico possibilita trazer os membros da comunidade, e nossos interlocutores, em primeira pessoa. Estes são agentes contadores de suas próprias histórias e experiências diretamente ao expectador, não somente o objeto de pesquisa. Apropriar-se deste recurso audiovisual pode servir como um instrumento na desconstrução da representação das comunidades tradicionais a partir da ótica da exotização, ou como grupos históricos não existentes na atualidade.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na criação do roteiro foi primeiramente pensado dois documentários com esta comunidade: um sobre a trajetória das famílias e a composição do coletivo, e outro mais específico aos saberes de cura presentes ali. Foi-se assim organizado

pois uma característica forte é a manutenção de formas tradicionais de cura, como ervas de chás, remédios caseiros (pomadas, xaropes, compostos para massagens), benzimentos e simpatias, além de um centro de umbanda igualmente enraizado – Nossa Senhora Aparecida – que atualiza práticas que já eram vivenciadas no meio rural.

Nos roteiros originais, foram definidos alguns eixos que serviriam como diretrizes para as entrevistas. Para o documentário sobre a composição do coletivo que forma a associação: 1. O porquê da nomeação da comunidade Nicanor da Luz; 2. A formação da associação quilombola; 3. O grupo de artesanato; 4. Projetos de Futuro e 5. Convivência religiosa. Durante as filmagens, mais temas foram mostrando sua relevância para a dinâmica da comunidade, e assim inseridos no documentário, como relatos detalhados da vida na “campanha”, o processo migratório e de fixação no lugar. Os novos temas, geraram um eixo que chamamos de “Condições pregressas de vida”, trazendo experiências de racismo, acesso à escola, sociabilidade, trabalho, dentre diversas histórias da campanha.

Inicialmente tivemos aproximadamente 21 horas de filmagens brutas, que possibilitarão a produção de três curta metragens, divididos eles entre dois sobre a comunidade e um sobre os saberes de cura. Estas filmagens foram iniciadas no inverno de 2018, requerendo, atualmente, apenas pequenas complementações como imagens dos cenários citados. Para a captação realizamos saídas de campo onde dormimos na comunidade, recebidas na casa de Dona Santa, nossa principal interlocutora, liderança tradicional e cacica do centro de Umbanda local.

Aos poucos fomos ganhando a confiança da comunidade para realizar o trabalho ali, já que era uma experiência nova ao grupo. Para isso, foi mostrado o documentário já lançado sobre a comunidade de Maçambique para que os membros visualisassem como ficava o produto final. Esta exibição foi antecipada com a apresentação e discussão da proposta informalmente, durante a assessoria ao grupo de artesãs, e formalmente, em reuniões da associação quilombola. Fomos acompanhadas por Dona Santa durante o primeiro dia de gravações de forma mais supervisionada, porém, depois de entendido o processo da entrevista, e que tipo de perguntas eram feitas, foi fortalecido o laço de confiança, a terminar com Dona Santa entregando a chave de seu centro de Umbanda em nossas mãos, para que utilizássemos de cenário de algumas entrevistas.

Para além da confiança, há todo um processo de habituação com a câmera e estar em frente a ela, que para algumas pessoas ocorre com naturalidade, e para outras há um grau maior de timidez. As entrevistas sempre iniciam com uma conversa mais informal, com perguntas mais básicas como nome próprio e nome dos pais, para criar aos poucos a familiarização com o processo de filmagem. É sempre ressaltado que somente aquilo que se sente confortável deve ser compartilhado.

O processo de edição se iniciou com a sincronização de áudio e vídeo das entrevistas feitas. Com isso, foram assistidas todas as entrevistas, fazendo uma primeira seleção das falas consideradas importantes para o filme, o que chamamos de decupagem. Optamos por escolher imagens conforme a ética de qual seria a melhor representação da comunidade, tanto para dentro da própria como para expectadores de fora. As imagens captadas abordam, às vezes, assuntos pessoais e delicados sobre a vida destas pessoas, como memórias de um passado em que situações de violência, segregação, preconceitos e privações se impuseram. Outro

tema delicado são as suas condições de trabalho nas empresas agropecuárias, que se expostas, podem comprometer seus postos de trabalho. Em primeiro lugar está o cuidado com a imagem das pessoas e suas vivências, para que não haja constrangimentos, nem qualquer tipo de conflito a posteriori; em segundo, o respeito ao seu direito de opinar sobre a construção narrativa em elaboração.

Em sequência, os trechos selecionados foram categorizados, conforme o assunto. As imagens de mesma categoria foram reunidas e uma nova seleção aconteceu, descartando-se imagens onde a informação era repetida. E atualmente, estamos no processo de montagem propriamente dito, criando uma narrativa coesa com as falas selecionadas dentro de seus eixos temáticos. Ainda será trabalhada mais a narrativa, para que tiremos uma primeira versão do documentário para ser aprovada pela comunidade. Caso haja pedidos, as alterações necessárias serão feitas. Tendo o corte final, são editados o áudio e o vídeo, visando melhorias técnicas, como a correção da iluminação, padronização do volume e diminuição de ruídos. Por fim, é gerada a parte gráfica do filme, como títulos, legendas e créditos.

Temos a estimativa de lançar a primeira parte do documentário sobre a comunidade Nicanor da Luz para a Semana da Consciência Negra de 2019.

4. CONCLUSÕES

É relevante ressaltar a potencialidade da imagem como forma de proporcionar reconhecimento para grupos étnicos historicamente desconsiderados, tanto no interior da comunidade, valorizando as memórias e compartilhamentos de sabedoria de seus membros, como para aqueles que terão contato com essa realidade através da exibição deste documentário. Especialmente em um momento político onde a identificação como parte de qual seja o grupo minoritário é tão deslegitimada, se faz importante relatos da existência, e resistência, de tais grupos.

Por este mesmo motivo é também relevante ressaltar a importância do trabalho de extensão universitária, como forma de trazer o acadêmico para perto da comunidade, o lembrando para quem a ciência produzida deve servir. A oportunidade de estar realizando antropologia na prática auxilia na formação não só profissional, mas também como cidadãos e agentes de mudança.

5. REFERÊNCIAS

HIKIJ, Rose Satiko Giratana. Imagens que afetam: filmes da quebrada e o filme da antropóloga. In: GOLÇALVES, M.A.; HEAD, S. **Devires Imagéticos: a etnografia, o outro e suas imagens**. Rio de Janeiro: 7Letras, 2009. Cap.5, p.115-135.

RUBERT, Rosane Aparecida; PINHEIRO, Eva Maria Dutra; XAVIER, Nicole Pereira; NUNES, Bruna Duarte. Da “campanha” para o quilombo: deslocamentos espaciais e reconfigurações identitárias. In: **XIII RAM - Reunião de Antropologia do Mercosul**. Porto Alegre, 2019. Disponível em: (https://www.ram2019.sinteseeventos.com.br/simposio/view?ID_SIMPOSIO=30)

OS FENÔMENOS EMOCIONAIS ENVOLVIDOS NO ENSINO/APRENDIZAGEM DE UMA LÍNGUA ESTRANGEIRA DIANTE DE TAREFAS COMUNICATIVAS

JHULY NOLASCO MADRUGA¹; MILENA HOFFMANN KUNRATH²

¹ *Universidade Federal de Pelotas – jhulymadruga@hotmail.com 1*

² *Universidade Federal de Pelotas – milena.kunrath@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

As primeiras experiências profissionais atuando efetivamente como professor são fundamentais para obter novas perspectivas em relação aos métodos que já existem, e na elaboração de novos. Com isso, uma boa observação em aula faz-se fundamental para que haja uma troca com os aprendizes, além a compreensão, que se molda a partir do comportamento e das dificuldades dos estudantes ao longo das tarefas realizadas e, após, esses processos vão caracterizando e moldando as suas perspectivas individuais.

Através da participação e da vivência proporcionada pelas aulas ministradas no Curso de Línguas, ofertadas pela Câmara de Extensão da Universidade Federal de Pelotas, na turma de Alemão A1.2, foi possível perceber que, ao longo das atividades realizadas em aula e das situações propostas pelo professor, havia pouca participação nos exercícios de comunicação oral e uma apreensão significativa com a pronúncia de cada texto. A partir disso, foi possível perceber que o foco do problema não estava apenas na timidez, considerada comum ao começar a aprender uma nova língua, mas nas emoções que os alunos trazem para sala de aula, e nas que a convivência social entre eles interferem na realização das tarefas. Diante desta situação, este projeto foi elaborado a fim de compreender a relação entre as emoções e a aprendizagem, com o foco essencialmente na comunicação, e em analisar os resultados de forma qualitativa.

Existem diversas pesquisas que abordam a aprendizagem de uma segunda língua, nelas estão presentes diferentes hipóteses. No entanto, poucos são estudados os fenômenos emocionais que interferem no processo de aprendizagem/ensino de uma língua estrangeira, sejam eles sociais de aspectos individuais ou de grupos, para Scovel (2000, p.127), “a emoção poderia provar ser a força mais influente na aquisição de línguas, porém as variáveis afetivas constituem a área menos compreendida pelos pesquisadores”. Segundo Aragão (2005), o ponto de partida para a aprendizagem de uma segunda língua constitui-se a partir do espaço de convivência, uma espécie de rede de conversações, com uma linguagem construída baseada numa lógica processual, uma racionalidade e emoções distintas, ou seja, o espaço é configurado a partir de ações e emoções recorrentes numa sala de aula. Afinal, qual seria o papel das emoções? Este tema ainda precisa ser aprofundado, mesmo existindo o conceito de filtro afetivo de Krashen (1985), ele não dá conta de capturar os aspectos das emoções no comportamento dos alunos, já que sua preocupação estava mais voltada para a faculdade cognitiva de aquisição de linguagem (ARAGÃO, 2011). É notável que existam algumas reflexões de como agir diante dessas situações, e de como articular de forma concisa a relação entre a aprendizagem e as emoções, por exemplo, a ansiedade, um dos conceitos mais discutidos, porém pode ser um dos menos compreendidos (SCOVEL, 2000).

Portanto, é necessário entendermos como as emoções podem, ou não, interferir no desenvolvimento de aprendizagem de cada aluno, o contexto social e

suas diferenças individuais, e quais estão presentes nesse processo. São as emoções que articulam os espaços nos quais as ações se modificam e movimentam em diversas situações e domínios, tais como, o domínio do linguajar, o domínio do pensar, o domínio do observar, o domínio de aprender e do ensinar, entre outros (ARAGÃO, 2011).

2. METODOLOGIA

Dessa forma, é necessário refletir sobre o ensino/aprendizagem de uma língua e de sua relação com as emoções e as situações que motivam, ou não os alunos, as quais envolvem sua atenção, o seu interesse pela língua estrangeira ensinada, o engajamento na realização das tarefas propostas pelo professor e as dinâmicas conversacionais (ARAGÃO, 2011). Logo, a partir desses conceitos e da observação realizada em aula, a proposta é que ao longo do segundo semestre de 2019, período em que a turma terá aula, proponha-se atividades comunicativas interativas, elas serão realizadas com características mais informais, o que não está tão presente no livro didático deles, para que isso ocorra às atividades deverão ser previamente selecionadas e elaboradas, a fim de que sejam simples e adequadas ao nível da turma, A1.2. O livro didático possui quatro módulos e três lições por módulo, com isso essas atividades serão realizadas em média a cada duas lições trabalhadas, no total ocorrerão seis atividades.

A proposta é de que as atividades sejam avaliadas sem que os alunos saibam. Aragão (2005) diz que o coletivo é definido pela maneira que o professor envolve os alunos no desenvolvimento de suas habilidades, e compreensão de suas necessidades, por exemplo, o linguajar utilizado. A partir dessa visão e da pesquisa realizada pelo autor, as tarefas ainda estão sendo elaboradas para que sejam aplicadas com os estudantes. Os exercícios terão como foco a comunicação, com o objetivo de aprimorar seus conhecimentos na língua alemã, e para avaliar o desenvolvimento dos estudantes durante a prática das tarefas, visando observar suas emoções e seus comportamentos conforme as ações e dinâmicas abordadas em aula. A avaliação ocorrerá de maneira não consciente, ou seja, as tarefas serão distribuídas ao longo de algumas aulas, no entanto os alunos não terão o conhecimento de que estarão sendo avaliados e observados. Isto é feito para que haja um resultado espontâneo e não previamente esperado e estudado pelo aluno. O instrumento de análise irá compor-se da observação das dinâmicas e, após a aula, do preenchimento de um formulário verificando o andamento dos alunos, para que haja uma avaliação sobre a aprendizagem, as ações e as emoções, incluindo os aspectos individuais. É definindo as emoções envolvidas durante a interação que determinamos os diferentes tipos de condutas, assim como suas consequências para cada um dos envolvidos, dessa forma, ao desejar saber qual a emoção, deve-se prestar atenção na ação, ou inversamente (ARAGÃO, 2011).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como existem poucas pesquisas em torno desse assunto, em alguns aspectos existem limitações, porém é de suma importância transmitir como as emoções interferem na aprendizagem de uma língua estrangeira, e de quais maneiras ela atua no aspecto individual e social de cada aluno. A discussão ainda não foi elaborada por não haver resultados, apenas é guiada por reflexões e teorias. O ponto de partida para a aprendizagem observa se os alunos consideram as

atividades interessantes e desafiadoras, a partir disso percebe-se um engajamento maior nas aulas, assim, explorando ações pedagógicas adequadas em que as características emocionais influenciam o ensino-aprendizagem colaborativo e participativo (ARAGÃO, 2011).

Esse projeto tem o foco em pesquisas qualitativas, ou seja, seu eixo principal está na qualidade das produções, não na quantidade. Na turma há doze alunos matriculados, portanto a pesquisa será realizada com esta quantidade de pessoas. Os resultados ainda não foram obtidos, visto que as aulas tiveram início no segundo semestre letivo do ano de 2019, e a primeira aula foi no último sábado do mês de agosto. Espera-se obter resultados até o final do ano, para que possam ser analisadas as tarefas.

4. CONCLUSÕES

Com a criação deste projeto, será possível proporcionar uma nova visão de como elaborar e aplicar atividades comunicativas com os aprendizes, e compreender como a aprendizagem/ensino é influenciada pelas emoções, seu foco é nas dinâmicas, de modo que, se possa analisar de quais formas as emoções influenciam na produção das tarefas e nas suas ações, e por que alguns alunos são mais influenciados do que outros. A composição foi feita a partir da observação dos próprios alunos em aula e dos seus comportamentos. A fim de melhorar sua convivência social e seu desempenho, as atividades serão criadas e propostas visando conceber melhor todo esse processo. É essencial compreender as etapas de aprendizagem de uma língua estrangeira para que as propostas em sala de aula sejam concisas e de maior aproveitamento dos alunos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAGÃO, R. Emoção no ensino/aprendizagem de línguas. **Novas Perspectivas em Linguística Aplicada**, Campinas, SP, v.18, p. 163-189, 2011.

ARAGÃO, R. Cognição, emoção e reflexão na sala de aula: por uma abordagem sistêmica do ensino/aprendizagem de inglês. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v.5,n.2,p. 101-120, 2005.

KRASHEN, S. **The Input Hypothesis**. London: Logman. 1985.

SCOVEL, T. **Learning New Languages: A guide to Second Language Acquisition**. Boston: Heinle & Heinle, 2000.

PROJETO DE DICAS PARA O ENEM: A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA EDUCOMUNICAÇÃO

GIORDANNA BENKENSTEIN VELLEJOS¹; VALQUÍRIA MACHADO²;
JÚLIA MÜLLER PEREIRA³; NÓRIS MARA LEAL⁴;

¹Universidade Federal de Pelotas - *giordannav@gmail.com*

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

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

⁴Universidade Federal de Pelotas – *norismara@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O Programa de Extensão Desafio Pré-Universitário Popular da (UFPeI), tem como público alvo a comunidade pelotense em situação de vulnerabilidade social. O Desafio é curso preparatório para processos seletivos de instituições de Ensino Superior público que não se limita a esse propósito, pois constitui um espaço de educação emancipatória que visa promover a formação de sujeitos críticos conscientes e atuantes no meio social onde estão inseridos.

Em consonância com os ideais do projeto de Extensão Desafio Pré-Universitário Popular, o presente trabalho tem como intuito a democratização dos saberes. Por meio de uma série de vídeos gravados e editados pelos bolsistas do projeto, uma segunda oportunidade se abre a comunidade vinculada ao Desafio. O objeto de estudo, a publicação dos vídeos, se dá com o desejo de aproximar as audiências presentes nas plataformas digitais do projeto, a saber, as do site de rede social Facebook e as da plataforma de vídeos YouTube.

Para que isso ocorra, foram utilizados autores ligados a educomunicação e a cultura da convergência, uma vez que trata-se de um estudo voltado ao ensino por meio das mídias digitais.

Os conceitos de convergência e de inteligência coletiva são os pontos de partida para refletir sobre a produção audiovisual na educomunicação. Outro fenômeno, ligado intrinsecamente à convergência, que encontra lugar neste debate é fenômeno da transmídia. Tal fenômeno propicia que conteúdos fluam através de diferentes plataformas de mídia. Para compreender o conceito, Henry Jenkins (2008) foi utilizado. O autor conecta o conceito de convergência ao meio de multiplataformas de mídia, o que define o leque de mudanças no que tange o mercado, cultura e o meio social.

Um aspecto importante para entender o fenômeno da convergência é que trata-se de uma transformação cultural, e não apenas um processo tecnológico. Vale ainda acrescentar que a convergência não ocorre no âmbito tecnológico mas numa dimensão epistêmica. De acordo com Jenkins (2008), a convergência ocorre também na mente de cada indivíduo. Se o fenômeno diz respeito ao armazenamento e construção de conteúdo, então ele torna-se ainda mais relevante para pensar os meios de comunicação, entre eles, o audiovisual, como recursos educativos.

Na educação, essa nova dinâmica fica evidente, no momento em que o digital vai além dos limites físicos do ambiente escolar e torna-se ainda mais atrativo aos jovens da contemporaneidade (CARMO, A. P; MOURO, M.C; FOGLIATTO, M.S.S; MOREIRA, B, 2017).

O conceito de inteligência coletiva também se enquadra no presente estudo. Jenkins (2008) aponta, com base em outros autores como Pierre Levy, que a rede de conhecimentos formadas por diversos atores é uma alternativa de poder midiático.

Assim sendo, o presente trabalho visa a criação de uma espécie de rede de

troca de conhecimentos, por meio de vídeos gravados com os educadores do projeto Desafio Pré-Universitário Popular. Sendo assim, acredita-se que tornar acessível os conteúdos trabalhados em sala de aula é um caminho propício para colaborar com uma construção coletiva do conhecimento, o que está atrelado aos princípios da educação popular.

2. METODOLOGIA

Os procedimentos adotados para produção audiovisual com os educadores do projeto de extensão Desafio Pré-Universitário Popular seguiram uma série de procedimentos. Inicialmente, foram realizadas reuniões com os coordenadores de cada uma das áreas de conhecimento, são elas: Linguagens, Matemática, Biologia, Química, Física, História, Geografia, Sociologia e Filosofia.

Entre as áreas, cada grupo escolheu os voluntários para apresentar os conteúdos, foi realizado um agendamento e planejamento das gravações de vídeos. Posterior a isso, a gravação e edição foi a última etapa a ser seguida.

Os conteúdos apresentados têm como foco o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). O ponto de partida foi a necessidade de democratizar ainda mais, através das plataformas digitais como Facebook e Youtube a educação popular que existe no Desafio há 26 anos. Esses vídeos foram criados justamente pelo grande alcance que essas mídias têm, auxiliando os alunos do projeto com a revisão do que foi visto em sala de aula, e a comunidade em geral que deseja se preparar para o Enem. Os vídeos foram realizados, com linguagem acessível a todos os públicos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A execução da ação abrangeu reuniões, gravações, edições de vídeo e criação de um canal no Youtube. Com uma linguagem simplificada e tempo curto, buscou-se criar os vídeos com os educadores do projeto Desafio Pré-Universitário Popular sob os princípios da educomunicação. A incorporação das dicas para o Enem, em tecnologias cotidianas utilizadas amplamente pelos alunos como o Facebook e o Youtube, facilitou o acesso a revisão de conteúdos importantes e a ideia de convergência, de que tudo na atualidade é transferido para o meio online. Ademais, alguns educadores tiveram a sua primeira experiência com a preparação e execução de uma aula gravada, exercitando assim as habilidades de planejamento de aulas, síntese de conteúdos e oratória.

Durante o desenvolvimento da atividade os educadores demonstraram-se eficientes e participativos, contribuindo com ideias e sugerindo novos vídeos futuros, como por exemplo a gravação de vídeos com resolução de questões. Tratando das dificuldades da ação de Dicas para o Enem, a principal delas foi a organização de uma agenda que fosse viável tanto para os educadores quanto para a bolsista do Jornalismo responsável pelas gravações dos vídeos, respeitando os horários de atividades acadêmicas de ambos.

O uso da página do Facebook do Desafio Pré-Universitário Popular e o canal do Youtube para postar os vídeos, visa uma boa resposta por parte dos alunos e comunidade, medida por meio de interações com foco no feedback em relação à produção audiovisual e dúvidas quanto os conteúdos abordados.

Esta ação é uma oportunidade de ampliar o alcance do conhecimento proporcionando um espaço virtual de democratização da informação. Seguindo o planejamento, a publicação dos vídeos nas plataformas digitais ocorrerá durante os meses de setembro e outubro de 2019, com foco nas semanas que antecedem a aplicação do Exame Nacional do Ensino Médio, realizada na primeira quinzena do mês de novembro.

As imagens de alguns vídeos produzidos podem ser visualizadas abaixo.



Figura 1 – Vídeos produzidos pelos professores durante o projeto.
 Fonte: Printscreen recortado da pasta com os vídeos.

4. CONCLUSÕES

Com o início da série de publicações dos vídeos com dicas para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), via plataformas digitais do projeto Desafio Pré-Universitário Popular, acredita-se que as audiências que os acompanham pelos meios digitais passarão a interagir ainda mais com o projeto. As publicações, que serão realizadas no decorrer dos meses de setembro e outubro, visam uma ligação forte com a comunidade, de modo que reforce os pilares do projeto, sendo um deles a democratização do acesso à informação.

Assim sendo, os resultados poderão ser apontados após o término das publicações, bem como as análises de fluxo de interações entre os seguidores e as plataformas digitais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEMBEM, A. H. C; AMORIM DA COSTA, P. L. V. Inteligência coletiva: um olhar sobre a produção de Pierre Lévy. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.18, n.4, p.139-151, out./dez. 2013

CARMO, A. P; MOURO, M.C; FOGLIATTO, M.S.S; MOREIRA, B. Transmídia e Educação: a construção colaborativa de saberes. In: **40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**, Curitiba, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

NÍVEL DE ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES E PERFIL DE SEGUIDORES DE UM GRUPO DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO EM PECUÁRIA NAS REDES SOCIAIS

DAVI DAYAN ASSENHEIMER^{1,2}; GABRIELA BUENO LUZ²; MICHELLE DE ALMEIDA OLLÉ²; CÁSSIO CASSAL BRAUNER^{2,3}

¹Graduando em Medicina Veterinária – assendavi@gmail.com

²Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária (NUPEEC) – nupeec@gmail.com

³Departamento de Zootecnia UFPel – cassiocb@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A agilidade e dinamicidade dos processos digitais é cada vez mais uma realidade para grande parte da população. O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais (RECUERO, 2007).

O Facebook é o site de rede social mais utilizado entre as pessoas atualmente. No ano de 2018, a plataforma chegou a 2,6 bilhões de usuários em todo o mundo (VALENTE, 2018). Ao associar-se a uma página ou grupo público que congrega muitas pessoas por conta de um gosto ou fator em comum, o sujeito obtém a possibilidade de ter uma publicação vista pelos membros dessa comunidade — mesmo que não haja laços relacionais e mútuos com todos os participantes (OLIVEIRA, 2016).

A sociedade cada vez mais influenciada pelo apelo digital da facilidade, celeridade e instantaneidade, demanda gradativamente maior criatividade nos processos informativos, interativos e comunicativos nas redes. Nesse sentido, OLIVEIRA (2016) afirma que o que vai determinar a difusão é a capacidade que os conteúdos têm de despertar interesse entre os componentes.

Na área das ciências agrárias, os atores e locais desse cenário são as universidades, trabalhadores de campo, produtores rurais e empresas, os quais buscam informações eficientes e confiáveis. Apesar de quase todos os produtores rurais possuírem celular, apenas metade deles (52%) acessa a internet por meio do aparelho e apenas 16% desses, possuem perfil ou página em redes sociais (SEBRAE, 2017). Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho foi avaliar o alcance e efetividade de publicações de resumos de artigos em diferentes públicos-alvo na página do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária – NUPEEC no Facebook.

2. METODOLOGIA

Para a realização do trabalho, foram analisadas o alcance e a repercussão de 16 postagens de resumos de artigos científicos na página do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária (NUPEEC) na plataforma Facebook, produzidos pelos integrantes do grupo e publicados em periódicos e revistas de grande impacto no mundo científico.

A Internet também está explodindo na educação. Universidades e escolas correm para tornar-se visíveis, para não ficar para trás. Uns colocam páginas padronizadas, previsíveis, em que mostram a sua filosofia, as atividades administrativas e pedagógicas. Outros criam páginas atraentes, com projetos

inovadores e múltiplas conexões (MORAN, 1997). Assim, os resumos foram elaborados de forma a chamar atenção dos leitores e seguidores da página, de modo a informar sobre os mais variados temas da pecuária, de maneira clara e objetiva.

As atividades do bolsista no projeto de extensão envolveram o auxílio na divulgação de mídias e análise da difusão das mesmas. As publicações foram semanais e os dados para este resumo foram computados a partir do período de contemplação com a bolsa, entre o início do mês de abril e fim de agosto de 2019, abordando os mais variados temas, sobre saúde, inovação, pesquisa, extensão e ensino no cenário da produção animal. Analisou-se o número de curtidas e compartilhamentos de cada postagem, bem como o número de pessoas que visualizaram as mesmas, verificando-se assim o estreitamento da relação entre a universidade e os diferentes meios, principalmente o campo.

Além disso foram investigados os diferentes perfis de usuários que reagiram às postagens, separando-os em indivíduos relacionados à universidades ou meio acadêmico de um modo geral, compreendendo professores, graduandos, pós-graduandos e funcionários. Em profissionais relacionados à empresas ou vendas de produtos, produtores e trabalhadores do meio rural e na área das ciências agrárias sendo estes agrônomos, zootecnistas e médicos veterinários. E por fim, foi criada uma última categoria para caracterizar os usuários que não se encaixaram em nenhum dos perfis anteriores.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A página do NUPEEC no Facebook conta com aproximadamente 4.180 seguidores (agosto de 2019), os quais tem em sua maioria, alguma relação com a pecuária ou com a produção animal. Durante os cinco meses de análise, as 16 publicações somaram um total de 368 curtidas e 16.649 pessoas alcançadas (número de usuários que visualizaram as publicações), tendo uma média de 23 curtidas e 1040 visualizações por publicação. No período, os resumos foram compartilhados 45 vezes, correspondendo a uma média de 2,81 compartilhamentos por postagem. Os dados revelam que as informações divulgadas obtiveram um impacto satisfatório, de aproximadamente 25%, quando comparados o número de seguidores da página e o número médio de visualizações por publicação.

Foram investigados os perfis dos seguidores que reagiram às publicações no período. O gráfico abaixo (Figura 1.) demonstra que a maioria das reações, um total de 221 (59%), foram provocadas por usuários que estão de alguma forma interligados com universidades. Nesta perspectiva, um estudo realizado por CUENCA; TANAKA (2002), revelou que 94,4% de uma comunidade acadêmica em São Paulo utilizava a internet como meio de comunicação e estudo. A partir disso, evidencia-se um grande potencial de crescimento da dimensão da página, principalmente quando se diz respeito à atuação dela no panorama acadêmico.

Ainda é possível observar que apenas 1% das reações foram de produtores rurais. Algumas das justificativas são que a maioria dos produtores rurais (60%) não utiliza computador no seu negócio rural. Além disso, apesar de quase todos os produtores rurais possuírem celular, apenas metade deles (52%) acessa a internet por meio do aparelho. Esse dado indica que a utilização de aplicativos para esse público tem um alcance limitado (SEBRAE, 2018).

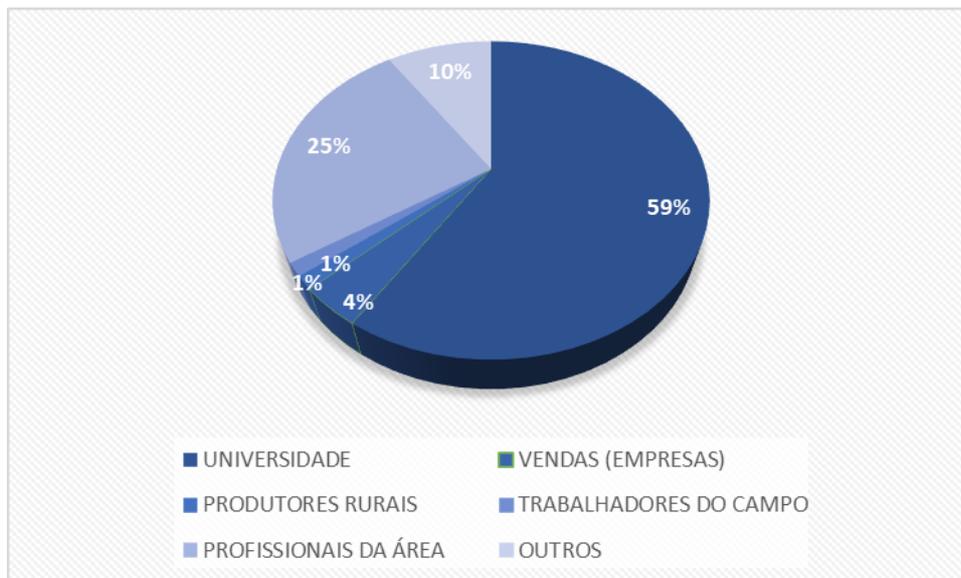


Figura 1: Perfil de seguidores que acessam e curtem as publicações de artigos científicos publicados na página do Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Pecuária.

VIERO; SILVEIRA (2011) complementam que o meio rural sofreu, especialmente nas últimas três décadas, profundas alterações na sua configuração. Os produtores tiveram de se adaptar a mudanças nas formas de produção, de comercialização e, até mesmo, de relações sociais, que implicaram na necessidade de aderir a inovações tecnológicas. Diante desse contexto, os autores dizem que especialmente a internet, tornou-se uma necessidade para o meio rural, tanto quanto já era para o urbano, visando atender à demanda por conhecimento e informações atualizadas e constantes.

Dada essa situação, quem se torna protagonista e fundamental para aproximação do campo à informação e tecnologia é a universidade. Essas instituições são espaços que possibilitam a agregação de inúmeros saberes heterogêneos. São a base para a formação dos estudantes, para uma carreira profissional e também para estender os limites do conhecimento, intensificar a criatividade e moldar a identidade de uma nação (FERNANDES et. al., 2012).

Uma das estratégias que a universidade utiliza para a formação de um profissional cidadão é baseada na efetiva relação recíproca do acadêmico com a comunidade, seja para se situar historicamente, para se identificar culturalmente ou para referenciar sua formação com os problemas que um dia terá que enfrentar (BRASIL, 1999). Assim, acredita-se que esse compartilhamento de dados, aproxima quem trabalha no meio rural da academia. O compromisso com a extensão é permanente, e sem dúvida o retorno para a sociedade através de atividades como essa, é incalculável.

4. CONCLUSÕES

Diante dos resultados obtidos pelo estudo, fica clara a eficiência informativa da página do NUPEEC no Facebook a algumas categorias de perfis de seguidores, contudo visualiza-se também a necessidade de uma nova abordagem de divulgação e compartilhamento de informações para produtores e

trabalhadores rurais, uma vez que o alcance das postagens para esse público mostrou-se baixo.

Fica evidente a entrada e o aumento gradativo e inevitável da necessidade de tecnologia pela sociedade. Cada vez mais a rapidez e a facilidade que a internet traz, influencia diretamente o indivíduo a conectar-se às redes, de forma a interagir socialmente, comunicar-se e adquirir novas habilidades e conhecimentos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRASIL. **Plano Nacional de Extensão Universitária**. MEC, CRUB., 1999. Acessado em: 12 set. 2019. Online. Disponível em: http://www.uemg.br/downloads/plano_nacional_de_extensao_universitaria.pdf
- CUENCA, A. M. B.; TANAKA, A. C. A. Influência da internet na comunidade acadêmico-científica da área de saúde pública. **Revista de saúde pública**, São Paulo, v. 39, n. 5, 840-846, 2005.
- FERNANDES, M. C.; SILVA, L. M. S.; MACHADO, A. L. G.; MOREIRA, T. M. M. Universidade e a extensão universitária: a visão dos moradores das comunidades circunvizinhas. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 28, n. 4, p. 169-193, 2012.
- MORAN, J. M. Como utilizar a internet na educação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 2, 1997.
- OLIVEIRA, W. S. **Difusão de informações em redes sociais na internet: uma análise do grupo desabafo formosense**. 2016. 52f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília.
- RECUERO, R. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL**. 8., Passo Fundo, 2007. Anais: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007.
- SEBRAE, **Tecnologia no meio rural**. Data Sebrae, mai. 2017. Acessado em 13 set. 2019. Online. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/tecnologia-no-meio-rural/#celularinternet>
- VALENTE, J. **Facebook chega a 2,6 bilhões de usuários no mundo com suas plataformas**. Agência Brasil. Brasília, 30 out. 2018. Online. Acessado em: 14 set. 2019. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-10/facebook-chega-26-bilhoes-de-usuarios-no-mundo-com-suas-plataformas>
- VIERO, V. C.; SILVEIRA, A. C. M. Apropriação de tecnologias de informação e comunicação no meio rural brasileiro. **Cadernos de Ciência e Tecnologia**, Brasília, v. 28, n.1, 257-277, 2011.

NO MEU BAIRRO TEM, E NÃO TEM: A EDUCOMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL

JEFFERSON PERLEBERG RUBIRA¹; MARIANA HALLAL²; MARINA AMARAL³; SILVIA MEIRELLES LEITE⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – *jeffopr@gmail.com*;

²Universidade Federal de Pelotas – *hallalmariana@gmail.com*;

³Universidade Federal de Pelotas – *marina_amaral3@hotmail.com*;

⁴Universidade Federal de Pelotas – *silviameirelles@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

A educomunicação é um campo de estudo que correlaciona duas áreas: a comunicação e a educação. É importante destacar a necessidade de um diálogo entre os conhecimentos distintos, não um embate, fator evidenciado por teóricos como Freire (1981) e Kaplún (1998), que vinculam “espaços do contexto sociocultural, da comunicação e educação como uma relação, não como área que deva ter seu objeto disputado” (SOARES, 2000, p.20).

Um dos principais estudiosos da educomunicação, Ismar Soares (2000), ainda aponta que o processo comunicativo em si, faz parte de um coeficiente da educação, todavia a educomunicação se encarrega da relação dos dois campos. Desta forma, ele também destaca que “a comunicação passa a ser vista como relação, como modo dialógico de interação do agir educacional” (SOARES, 2000, p.19-20).

Não se trata, pois, de educar usando o instrumento da comunicação, mas que a própria comunicação se converta no eixo vertebrador dos processos educativos: educar pela comunicação e não para a comunicação. Dentro desta perspectiva da comunicação educativa como relação e não como objeto, os meios são resituados a partir de um projeto pedagógico mais amplo (SOARES, 2000, p.20).

Assim, com base no referencial da educomunicação, este trabalho busca apresentar o jornalismo como ferramenta de transformação social e de consciência cidadã. Para tanto, foi desenvolvido o projeto intitulado “No meu bairro tem, e não tem”.

O projeto foi realizado com crianças da Escola Municipal de Ensino Fundamental (EMEF) Independência, localizada no loteamento Sítio Floresta, bairro Três Vendas, Pelotas/RS. A localidade fica a dez quilômetros de distância do centro da cidade - aproximadamente 20 minutos de carro. Raramente é pautada na mídia local, muito menos regional ou estadual. Por conta disto, muitas pessoas desconhecem a localidade e muitos pelotenses não sabem o que ela tem a oferecer e nem quais são suas necessidades.

Nos últimos anos, um residencial do programa Minha Casa, Minha Vida foi construído no bairro e aumentou a população em cerca de duas mil pessoas. Com isso, a necessidade por infraestrutura básica (como escolas, postos de saúde e pavimentação) tornou-se ainda mais urgente. A escola trabalhada é a única pública existente. Uma escola de educação infantil está sendo construída, entretanto o relato dos moradores é que a obra está paralisada há mais de dois anos.

A turma trabalhada possui 25 alunos do 4º ano, que têm idades entre 10 e 12 anos, estudantes do período da manhã. À tarde, alguns têm atividades na Associação de Moradores do bairro, onde funcionam projetos da Prefeitura, um Centro de Tradições Gaúchas (CTG) e outros eventos.

Inserido neste cenário, o projeto tem como objetivo apresentar o jornalismo aos alunos como uma ferramenta que pode auxiliar a transformar sua realidade. Todos os dias, eles precisam enfrentar ruas extremamente esburacadas para chegar à escola e, quando chove, o trajeto fica impossível de ser vencido em certos trechos. A EMEF Independência está lotada e a Unidade Básica de Saúde (UBS) trabalha no limite de sua capacidade. Apesar disso, os estudantes relatam que o Sítio Floresta tem muitas coisas positivas para oferecer aos pelotenses, como as praças e a própria Associação de Moradores.

A intenção do projeto é possibilitar que os alunos percebam o jornalismo como uma forma de expor sua rotina, de mostrar à comunidade e às autoridades os problemas que enfrentam diariamente e também atrair pessoas para conhecerem o Sítio Floresta, mostrar o que o bairro tem, e não tem.

A importância dessa proposta se traduz na possibilidade de os alunos, seus pais e professores terem uma forma de lutar por mais condições e investimentos no bairro. Além disso, integra as famílias, uma vez que o trabalho é desenvolvido em parceria entre os alunos e seus responsáveis. A comunidade será envolvida em uma fase final do projeto, quando os participantes irão exibir a sua produção a todos os moradores.

2. METODOLOGIA

O projeto contemplou dois encontros, dividindo-se assim, em duas etapas: 1) Educação para a Comunicação, com a análise de notícias sobre o Sítio Floresta veiculadas em jornais locais, e 2) Produção de conteúdo audiovisual sobre a localidade. Para isso, o trabalho utilizou os princípios de referencial teórico-metodológico da “Educação para Comunicação”, apresentada por Soares (2000). O autor aponta reflexões em torno dos produtores e sua relação no processo de produção e recepção das mensagens na comunicação, assim como, no campo pedagógico.

Na primeira etapa foram reunidas reportagens em vídeo sobre o Sítio Floresta veiculadas à mídia local. Não foi encontrado material recente. Antes de exibir os vídeos, as crianças foram questionadas sobre sua compreensão do que é jornalismo e se elas acompanham notícias. Todas conheciam exemplos jornalísticos e apenas cinco relataram não ver ou não ler jornais em casa. A maioria dos estudantes foi complacente e se mostraram receptivos às perguntas, falando bastante. Quando perguntados sobre o que é jornalismo, responderam: “É quem fala as notícias”; “É quem diz o que tá acontecendo”; “É a moça da televisão”.

Foi também mostrado um exemplar do jornal Diário Popular e todos da turma afirmaram conhecer. Para a pesquisa foram encontradas apenas quatro reportagens telejornalísticas, o que demonstra a falta de representatividade do bairro, sendo escolhidas duas produzidas pelo programa Nativa 12 Horas em 2011 e 2012. Ambas as reportagens tratavam de problemas estruturais do bairro, a primeira sobre uma ponte de madeira intransitável e a falta de iluminação, a segunda mostrou as ruas em péssimas condições após reparos no encanamento.

Depois da exibição das reportagens os alunos foram questionados se já tinham visto alguma coisa sobre o Sítio Floresta nos meios de comunicação. Dentre os 25 alunos participantes, apenas dois afirmaram já ter visto e um menino respondeu, que a reportagem era sobre um assalto. Quando questionados sobre o teor da reportagem exibida, relataram falar somente de coisas ruins. Sobre as ruas mostradas no vídeo falaram: “Uma é aqui perto e não é mais assim, é melhor”; “A outra quando chove ainda alaga”; “Fizeram o viaduto e melhorou a

entrada”. Os alunos ainda apontaram a cobertura jornalística como um dos fatores que contribuíram para os problemas serem resolvidos.

Após a exibição foi comentado que o jornalismo também tem o papel de denunciar os problemas e cobrar soluções dos responsáveis. A intenção da pesquisa foi de não abordar a construção da notícia ou seus critérios de noticiabilidade, mas de apresentar a função social da profissão, de mobilização e denúncia de irregularidades.

Na segunda parte da pesquisa foi utilizado outro enfoque da educomunicação, a mediação tecnológica na educação. A autora Lígia Almeida evidencia a eficácia dos meios de comunicação que permitem ao educador utilizar a tecnologia que “pode colaborar com a aprendizagem, com a criação, assimilação e gestão do conhecimento na perspectiva da cidadania, do desenvolvimento e da solidariedade”, desde que se parta “da premissa de que a aprendizagem constante, social e universal mantém estreita relação com a ampliação da inteligência coletiva” (ALMEIDA, 2016, p.24).

O formato escolhido para a produção dos estudantes foi o vídeo, que já é explorado por eles no cotidiano. Para tanto, foram usadas as câmeras de aparelhos celulares. O tempo para a realização do projeto foi curto e a linguagem audiovisual foi a mais adequada às crianças em relação a textos escritos. Também foi aproveitado o canal de comunicação existente entre a professora da turma e os pais dos alunos para desenvolver o trabalho.

Logo ao fim do primeiro encontro foi apresentado o jornalismo aos alunos e feito convite para a produção do seu próprio material sobre o Sítio Floresta. Foram solicitados vídeos curtos apresentando pontos positivos e negativos do bairro, elementos que tivessem e que não tivessem na localidade. As imagens deveriam ser captadas na horizontal e eles deveriam estar na companhia de algum responsável na hora da gravação. Mas, sobretudo, de forma livre, alguns fizeram em grupo, mas a maioria preferiu fazer sozinho.

Quase todas as crianças apareceram no vídeo, como se estivessem realmente apresentando a sua matéria, o seu bairro. A maior parte das falas estava ensaiada e planejada, os alunos pareciam muito confortáveis com a produção. Os pais enviaram os vídeos produzidos para a professora da escola, que encaminhou para a pesquisa. No total, foram 36 vídeos de 15 alunos. Um relato da professora da turma foi de que o trabalho causou uma grande mobilização entre os pais, chegando os mesmos a pedir mais prazo por conta da chuva no período, que impossibilitou muitas gravações de vídeos.

Após uma edição prévia, o vídeo¹ foi apresentado aos alunos da escola para receber sugestões. A qualidade do áudio foi um dos poucos pontos comentados entre os estudantes. O vídeo foi legendado para facilitar a compreensão, resolvendo a falha do áudio. O produto final é uma espécie de “grito” da comunidade, onde os participantes encontraram uma chance de serem vistos e ouvidos pela comunidade e pelas autoridades. Uma oportunidade de expor os problemas, mas também de mostrar as coisas boas que o Sítio Floresta pode proporcionar.

Por sugestão da professora da turma, o vídeo também foi exibido à comunidade em uma confraternização na própria escola, com a presença de representantes da Associação dos Moradores, da imprensa e de familiares. Na solenidade foram entregues troféus a dois alunos destaques e medalhas a todos estudantes.

¹ O Vídeo pode ser acessado em: <https://youtu.be/R0Ray6051r4>

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos objetivos do projeto foi mostrar aos alunos que o jornalismo pode ser um grande aliado para mostrar a realidade em que vivem e cobrar mais investimentos do poder público. Por meio da exibição das reportagens, os estudantes acabaram compreendendo um exemplo prático de intervenção do jornalismo na comunidade onde vivem.

Os alunos ficaram felizes e empolgados com a possibilidade de mostrar a todo mundo o seu bairro, de contar as coisas que gostam de fazer. O jornalista enquanto contador de histórias também foi apresentado a eles, mesmo que indiretamente. A oportunidade também serviu para desmistificar o jornalismo e explicar a sua importância para as crianças e seus responsáveis, que foram fundamentais na hora de gravar os depoimentos. Eles viram o projeto como uma chance de serem ouvidos, de mostrarem o que querem para o bairro, o que o seu bairro tem a oferecer à comunidade pelotense.

Acima de tudo, o projeto foi uma forma de democratizar a comunicação. Os moradores de localidades afastadas do centro da cidade, como o Sítio Floresta, muitas vezes são esquecidos, tanto pelo poder público, quanto pela mídia. Suas demandas ficam restritas ao bairro e não chegam aos responsáveis por resolvê-las. Os pontos positivos do local também ficam restritos a eles, uma parte muito pequena da comunidade pelotense conhece e desfruta do bairro. O trabalho abriu um canal de comunicação entre o Sítio Floresta e o resto da cidade.

4. CONCLUSÕES

Por meio deste projeto foi observado que o jornalismo deve se aproximar ao máximo das diferentes localidades do município, não só de centros urbanos. Muitas vezes o jornalista fica preso à redação e ao local onde ela está inserida e tem dificuldades de olhar para o restante da cidade, ir a um lugar que não faz parte da sua rotina e ouvir suas demandas.

A comunicação pode ser ferramenta num processo educativo. E também ser um caminho para a mobilização social em prol de causas e reivindicações. Assim, esse trabalho pode contribuir para futuros projetos de educomunicação em escolas, bairros, associações comunitárias, investindo na utilização de ferramentas digitais e da comunicação como objeto de transformação social.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SOARES, I. de O. Educomunicação: um campo de mediações. *Comunicação & Educação*, São Paulo n. 19, p. 12-24, set./dez. 2000.

_____, I. de O. Gestão comunicativa e educação: caminhos da educomunicação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, n. 23, p. 16 – 25. jan./abr. 2002.

ALMEIDA, Lígia Beatriz Carvalho de. PROJETOS DE INTERVENÇÃO EM EDUCOMUNICAÇÃO. Campina Grande/PB, v 1.6 - 24 ago 2016. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/course/view.php?id=8451> Acesso em: 13/09/2019.

KAPLUN, Mário. Processos educarivos e canais de comunicação. *Comunicação & Educação*. São Paulo: CCA- ECA-USPI Moderna, n. 14, jan/abr.1999. p.68-75.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

EM PAUTA: A COMUNICAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE

TALYSSA NEVES MACHADO¹; ELENA BOM REIS ABREU DOS SANTOS²;
MICHELE NEGRINI³; MARISLEI RIBEIRO⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – talyssanmachado@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – eleninhha.bsantos@gmail.com

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

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

1. INTRODUÇÃO

O Em Pauta UFPel é um projeto de extensão criado para fornecer a prática jornalística e comunicacional entre discentes da Universidade Federal de Pelotas e a comunidade da cidade e região. O projeto está em prática há mais de três anos, com a realização de programas quinzenais transmitidos pela TV Câmara da Câmara de Vereadores da cidade, na rede social *Facebook* e no canal da plataforma *Youtube*. O Em Pauta TV é produzido por discentes do curso de Jornalismo da UFPel e supervisionado por duas professoras do curso. Além disso, a equipe do projeto ainda conta com técnicos em imagem e som, que compõem e auxiliam no contexto audiovisual, bolsistas e alunos voluntários.

O artigo apresentado sobre o projeto de extensão tem como objetivo externar os acontecimentos produzidos e realizados dentro da universidade, para que a população de Pelotas e região tenha conhecimento dos fatos em torno de uma rede de ensino federal. O foco é comunicar à sociedade sobre sua rede de ensino superior e o que ela fornece, mostrando que a universidade, além de vagas para cursos, gera projetos inclusivos que beneficiam a comunidade que a rodeia. Como este propósito, o Em Pauta divulga notícias, produz entrevistas e reportagens para ampliar seu público além da universidade, considerando importante notícias sobre a UFPel e notícias que entornam à comunidade e sua rotina. O programa é conduzido por fatos e acontecimentos atuais na sociedade e no sistema de ensino universitário, com quadros voltados para projetos de extensão e pesquisa da UFPel e para entrevistas, com o intuito de trazer um entrevistado para abordar e discutir sobre algum acontecimento importante em seu momento atual. Toda essa produção de conteúdo busca aproximar o público com linguagens simples e diretas, para que todos os nichos de público tenham um fácil entendimento de cada matéria produzida e de qualquer assunto apresentado pelo programa. De acordo com os segmentos referidos por NEGRINI; MATIELLO (2016), toda essa produção de conteúdo busca aproximar o público com linguagens simples e diretas, para que todos os nichos de público tenham um fácil entendimento de cada matéria produzida e de qualquer assunto apresentado pelo programa.

2. METODOLOGIA

Para que cada edição vá ao ar de quinze em quinze dias e seja entregue dentro do prazo à TV Câmara, reuniões são feitas a cada quarta-feira, para escolher pautas, dividir tarefas, tirar dúvidas, dar opiniões sobre os assuntos do próximo programa e observar o andamento de cada tarefa dada, de cada matéria a ser feita. Após a reunião da definição de pautas, os alunos vão às ruas para realizar entrevistas, gravar imagens e passagens para a produção da matéria. Quando essa etapa termina, os discentes vão à sala de audiovisual para ser

realizada a montagem da matéria, fazer o encaixe da lauda no contexto do tema e gravar os *off's*¹ para que possam ser introduzidos como a narrativa da matéria. Desta forma, cada aluno responsável por sua tarefa tem o mesmo prazo de toda a equipe do Em Pauta para entregar as matérias prontas aos auxiliares técnicos do audiovisual e aos bolsistas do projeto, para que estes possam começar a fase final do programa, que se define em encaixar cada matéria em seu devido contexto, junto às aparições dos apresentadores do programa e ao quadro de entrevista que conduz o término de cada edição.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pela disseminação de conteúdo, seja na TV ou na Internet, o Em Pauta virou referência para a comunidade acadêmica e para a comunidade em geral. Discentes e docentes da universidade ou até mesmo pessoas da comunidade pelotense e região, procuram o projeto a fim de passar sugestões de pautas ou para avisar acontecimentos importantes que podem virar notícia para os dois meios, acadêmico e/ou comunitário. Esse tipo de troca de experiências e opiniões dimensiona a relevância e o impacto que o projeto Em Pauta tem diante do público-alvo e mostra como é importante ter um condutor de informação entre nichos diferentes.

Seguindo o pensamento de aproximar diferentes públicos, as pessoas por trás do projeto buscam melhorias na questão inclusiva. Por ser um ponto delicado em relação a pouca estrutura, ideias como introduzir uma janela de tradução para Libras não foram realizadas, mas aos poucos, as edições do projeto foram aperfeiçoadas com legendas. Estas foram introduzidas em todas as falas apresentadas no programa para dispor de acessibilidade ao público que acompanha o Em Pauta. Após a introdução de legendas no programa, o público passou a ter um maior contentamento com o conteúdo do projeto, pela importância que o Em Pauta mostrou em analisar e colocar em prática questões sobre acessibilidade, com o intuito de dimensionar não só seu conteúdo, mas também o seu público.

Esse alcance popular vem expandindo-se por outra questão consolidada na atualidade. A internet é uma ferramenta de trabalho indispensável nos meios de comunicação da época atual e a utilização desta para o projeto não seria diferente. A internet faz com que, aos poucos, a notícia tenha um maior espaço e público na rede do que na TV, e, com isso, provoca uma transição desse espaço, uma modificação do meio. Mesmo com o programa transmitido no canal de TV da Câmara de Vereadores, a crescente de visualizações, de pessoas assistindo ao Em Pauta, se encontra na internet. É principalmente na rede social *Facebook* que o *feedback* sobre o Em Pauta transparece em comentários, compartilhamentos e reações do público. É neste meio que o público da universidade e o público da comunidade pelotense e da região se misturam, estabelecem um maior contato. É na internet que o projeto alavanca o seu foco principal de levar a notícia dentro do meio acadêmico para o meio social, pelo fato de que nos dias atuais, os dois públicos usufruem de algo comum e necessário no momento, a rede. A tendência é de que essa inclusão de públicos aumente e potencialize ainda mais o projeto perante a universidade e a comunidade, mostrando que ambas se complementam

¹ O repórter grava o off da matéria, que é a história na qual ele não aparece, e o off é coberto com imagens obtidas pela equipe de reportagem na rua, com imagens do arquivo ou com a exibição de dados que ocupam toda a tela. (BARBEIRO; LIMA, 2013)

no cotidiano e que precisam estar informadas sobre o que cada uma apresenta e disponibiliza para a outra.

4. CONCLUSÕES

O projeto Em Pauta permite que os alunos do curso de Jornalismo da UFPel apresentem uma prática das funções e teorias do telejornalismo. O Em Pauta prepara os discentes para se encaixarem no ambiente de trabalho, ajuda na absorção e aperfeiçoamento de técnicas na área e na composição de qualidades e características de cada acadêmico no meio televisivo. Ainda há muito a ser conquistado em relação a melhorias do projeto, como principalmente, um espaço físico para um estúdio de gravação dos programas. Normalmente, os apresentadores gravam o programa em pontos de destaque do Campus Anglo, já que o projeto não tem um estúdio de gravação próprio. Contudo, entre muitos desafios e falta de estrutura e equipamentos, o projeto consegue moldar-se à realidade acadêmica atual. Independente das dificuldades, o Em Pauta criou uma ligação entre o meio acadêmico e social, conseguindo espalhar o que a universidade propõe à comunidade e fazendo com que esta se inclua em práticas do meio acadêmico ou até mesmo usufrua de outros projetos da UFPel, pelo fato de que a informação consegue chegar a esses dois nichos.

Com a junção do meio social e acadêmico, o projeto de extensão interliga as características culturais que os dois meios destacam individualmente. Com isso, o Em Pauta serve como condutor de aspectos semelhantes ou diferentes entre o social e acadêmico, mostrando que é importante que um público tenha conhecimento da estrutura e características do outro. A construção de cada reportagem, de cada entrevista, cenário e principalmente, a escolha de cada pauta, é pensada conforme o cotidiano e realidade do público estudantil e do público social, para que estes possam enxergar-se em suas realidades e também na realidade um do outro. É essa a essência do projeto, mostrar que independente de diferenças, os nichos apresentam características em comum e se complementam. O Em Pauta leva à televisão por meio do canal da TV Câmara e leva à internet, a rede social e a plataforma de vídeos, a prática da colaboração entre educação e cidadania. O Em Pauta é um exemplo de projeto que conduz a ligação entre educação e cidadania.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, H; LIMA, P. **Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas Mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

NEGRINI, M; MATIELLO, G. Reflexões sobre o ensino de telejornalismo na Universidade Federal de Pelotas. **Rebej**, Brasília, v. 6, p. 137-153, 2016.

PRODUÇÃO DE MÍDIA INDEPENDENTE: JORNAL IMPRESSO NA ESCOLA FRANKLIN OLIVÉ LEITE

JOSÉ PEDRO MINHO MELLO¹; MÁRCIA DRESCH²;

¹Universidade Federal de Pelotas – zepedrominho@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – dreschm@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A atividade de trabalho proposta faz parte do projeto de extensão Formação de Jovens Comunicadores Comunitários, que desde 2017 atua em escolas públicas da cidade de Pelotas/RS. O projeto oferece protagonismo para que jovens estudantes possam expor suas próprias histórias por meio de jornais impressos, audiovisual e também fotografia, de forma independente, longe e diferente de grandes grupos de comunicação, gerando uma forma livre de produção.

A agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil “Pública”, visa a preocupação social com um jornalismo independente e de credibilidade e em 2018 recebeu prêmios no “VI Prêmio República”, “Concurso Global de Reportagem de Saúde”, “Prêmio Aquisição TV Cultura”, “35º Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo”, com suas matérias. Segundo mapeamento da agência no ano de 2016 foram encontradas 79 iniciativas em 12 estados e no Distrito Federal de iniciativas independentes.

Neste ano, a atividade desenvolvida é a produção, edição e impressão de um jornal para a Escola Franklin Olivé Leite. O jornal está pautado por matérias sobre pontos do bairro Lindóia, a escola e alguns projetos que ela desenvolve, tudo isso sempre a partir da visão dos alunos. Com isso, o projeto cumpre um de seus objetivos que é de contribuir para que os jovens não sejam apenas consumidores de informação, mas seus produtores, fortalecendo, assim, um dos aspectos da cidadania que é o direito à Comunicação.

“O acesso à comunicação no País é um direito estabelecido pela Constituição Federal, em seu Artigo 5º. Além disso, o serviço de radiodifusão, no País, depende de concessões públicas para veicular seus conteúdos. Nenhum desses argumentos, entretanto, garante a representação social das camadas populares nesses veículos, pois o discurso midiático muitas vezes é construído de modo a negar os movimentos populares como sujeitos históricos. Seja nos meios impressos, digitais, de televisão ou de rádio, coberturas jornalísticas descontextualizadas, abordagens estereotipadas e supressão da agenda de luta por direitos demonstram que a atuação da mídia predominante não contempla a multiplicidade de vozes que compõem a sociedade contemporânea.” (REIS. M., 2017, p. 199).

O objetivo da produção do jornal, portanto, é dar protagonismo aos jovens ao falar sobre os projetos da escola para o bairro e do bairro para a escola,

expondo um outro lado, e outras notícias, que geralmente são gerados por grandes veículos e que em sua maioria respondem a outras instituições, como por exemplo a anunciantes.

2. METODOLOGIA

O projeto está dividido em quatro fases: 1) escolha da escola e pesquisa das pautas com os alunos; 2) recolhimento e produção de material (notícias, fotos, etc.); 3) diagramação do jornal; 4) e impressão e veiculação.

A primeira fase do trabalho se deu a partir da pesquisa de escolas na cidade de Pelotas/RS. Por intermédio da produtora cultural, Aline Michel, a coordenação do projeto chegou à escola Franklin Olivé, que recentemente havia saído nos noticiários locais por expor um projeto de banda escolar. Essa notícia, veiculada no jornal Diário Popular, foi uma nota positiva numa pauta que quase sempre é dominada por notas sobre assassinatos e assaltos, que acontecem no bairro onde a escola está localizada. Com a notícia da banda da escola no jornal local, a recepção à proposta do projeto ganhou boa acolhida, oportunizando a realização de mais uma experiência de comunicação contra-hegemônica:

“Em diferentes momentos históricos, experiências que se distanciam em maior ou menor medida da concepção convencional de jornalismo se desenvolveram, gerando expressões e leituras distintas da sua atuação. No contexto brasileiro, um caso simbólico no desenvolvimento deste tipo de experiência é a imprensa de resistência ao regime militar nas décadas de 1960 e 1970. [...] assim como em outros momentos políticos marcantes na história do país, é durante a ditadura militar que se adota a expressão “imprensa alternativa”, que permanece como referência para tratar esse tipo de experiência a partir daí. De forma geral, a expressão é usada para situar experiências que se diferenciam de um determinado padrão – de jornalismo, cultura, etc. – e que surgem ligadas a um contexto histórico e cultural específico, como, por exemplo, os fanzines na Inglaterra nos anos 1980 estudados por Atton (2012).” (ASSIS. E., 2017, p.9)

Nesse contexto, a criação do jornal independente da escola é importante, pois pode-se deixar que os próprios alunos exponham suas visões do lugar onde moram e estudam. Após a escolha, ainda na primeira fase, foi marcada uma dinâmica de grupo com os alunos dos 8º e 9º anos da escola. Num primeiro momento houve bastante engajamento dos professores bem como das diretoras e vice-diretoras. Antes da dinâmica, no entanto, ocorreu a apresentação a alguns membros do corpo docente dos objetivos do projeto Formação de Jovens Comunicadores Comunitários, mediada pela coordenadora do projeto Márcia Dresch. Na ocasião, também se expôs, como a atividade seria realizada com os alunos ao longo dos meses seguintes. Depois desta reunião, foi realizada uma palestra como professor do curso de jornalismo da Universidade Federal de Pelotas, Ricardo Z. Fiegenbaum, em que ele mostrou alguns conceitos ligados ao jornalismo, construção da notícia e *fakenews*. Também foi apresentado por mim

um vídeo para os alunos envolvendo algumas notícias de distintos noticiários do Brasil, com a finalidade de expor os diferentes modos de noticiar.

Logo após, como parte da sensibilização, os alunos confeccionaram alguns cartazes, onde escreveram o que julgavam ser bom ou ruim em sua escola e no seu bairro (Tabela 1). A partir disso foi possível levantar temas para a fase 2 do projeto. Após a dinâmica, os alunos que demonstraram interesse em realizar o jornal da escola, colocaram seu contato e nome em uma folha para continuar dando avanço ao projeto via grupo de *Whatsapp*, e também com reuniões semanais que ocorriam às quintas-feiras à tarde, no turno inverso dos alunos, antes do começo do segundo semestre do ano.

Na primeira reunião semanal, os alunos expuseram em conversa com a coordenadora e eu, o bolsista atual do projeto, o que queriam de fato no jornal (fase 2). Em reunião com os alunos que demonstraram interesse foi viável montar equipes para dividir o trabalho de pesquisa e produção do material (Tabela 2).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O que tem de ruim na minha escola, no meu bairro e na minha cidade?	O que tem de bom na minha escola, no meu bairro e na minha cidade?
Demora na resolução de assuntos importantes; Lixos espalhados; Pontos perigosos onde a segurança não prevalece; Greves; Falta de medicamentos nos postos de saúde; Salários dos professores; Ruas esburacadas, preconceitos, pessoas sem consciência;	Educação; Padaria; Coleta seletiva; Tia Martinha; Culinária; Shopping; Merenda; Banda escolar; Projetos; Quadra;

Tabela 01- O que os alunos pensam ser bom e ruim em sua escola, bairro e cidade.

Tema	Equipe responsável	Tema	Equipe responsável
Texto de apresentação da escola sobre a gestão da atual diretoria e a importância no bairro;	Diretoria;	Entrevista com moradores do bairro e banda escolar;	Luis Henrique (9º ano);
Texto de apresentação da escola sobre a gestão da atual diretoria e a importância no bairro;	Emanuelle (9º ano) e Arthur (9º ano);	Projeto start; Projeto de reciclagem;	Kamilly (9º ano) e Bruno (9º ano);
Projeto bem-viver; Projeto sobre os prédios históricos;	Alice (9º ano); Luana (8º ano);	Fotos da fachada, espaços de revitalização, espaço interno, secretarias;	José Pedro e alunos;

Tabela 02- Equipes para a produção de conteúdo do jornal.

Atualmente o projeto se encontra na fase 2. Os alunos vêm se engajando, demonstrando-se interessados desde o primeiro momento, e avançando gradativamente no projeto. Como parte das atividades, os alunos, com a ajuda de seus professores, vão produzir os textos a partir de entrevistas e coleta de informações na escola e no bairro, e realizar a cobertura fotográfica para ilustrar as matérias. Esse processo vai se desenrolar ao longo dos meses de setembro e outubro, quando, finalmente, se poderá realizar as etapas 3 e 4 do projeto. Ressalte-se que a escola está trabalhando para melhorar seu espaço físico, com intervenções diversas, e o bolsista, por ser estudante de cinema, foi designado para fazer as fotos do “antes e depois” das ações de melhoria, o que também será matéria do jornal.

4. CONCLUSÕES

Notou-se que até o momento as fases mais promissoras do projeto foram aquelas onde ocorreu um maior engajamento da escola, pois quando o projeto acontece de uma forma conjunta com as disciplinas é mais compreensível para entendimento dos alunos que ele faz parte do aprendizado e não se trata de algo à parte. O projeto traz aproximação da comunidade pelotense com a Universidade, que geralmente desconhece os projetos das faculdades com a cidade, como por exemplo na tabela 02, os alunos expressam que a maioria das coisas boas estão na sua escola, e no seu bairro, o que é um dado bastante positivo, mas também expressa um desconhecimento dos projetos, eventos, oficinas e outras atividades que a Universidade oferece para a cidade. Por intermédio do jornal, que será veiculado no bairro onde a escola está situada espera-se que os pais, alunos e professores possam se inspirar e auxiliar na comunicação entre escola e bairro, além do material histórico que será gerado para a preservação do atual momento no futuro.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REIS, M. Comunicar, resistir: um olhar sobre as práticas discursivas em rede do jornalismo independente no Brasil. **Vozes & Diálogo**, Itajaí, v. 16, n. 01, p. 198-199, 2017.

ASSIS, E. CAMASÃO, L. SILVA, M. R. CHRISTOFOLETI R. Autonomia, ativismo e colaboração: contribuições para o debate sobre a mídia independente contemporânea. **Revista Pauta Geral**. v. 4, n. 1, p. 9, 2017.

AGÊNCIA PÚBLICA: Agência de Jornalismo Investigativo. **O que descobrimos com o Mapa do Jornalismo Independente**. Acesso em agosto de 2019. Online. Disponível em: <http://apublica.org/2016/11/o-que-descobrimos-com-o-mapa-do-jornalismo-independente/>

Identidades Visuais: estratégias de divulgação da extensão universitária e adaptações para divulgação de eventos : Desenvolvimento de materiais publicitários

¹Carlos Eduardo Vetromille Brito¹; ²João Fernando Igansi Nunes²

¹*Universidade Federal de Pelotas – eduardo.vetromille@gmail.com*

²*Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (UFPEL) – fernandoigansi@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O mundo em que estamos vivendo está em constante evolução e um dos principais meios que estamos evoluindo é na maneira de como nos comunicamos visualmente. Na Pró-reitoria de Extensão e Cultura (PREC), temos a necessidade constante de comunicar/informar a comunidade sobre boa parte dos acontecimentos acadêmicos, científicos ou culturais, sejam eles aberto ao público ou focados em públicos específicos: alunos e/ou professores.

Levando isto em consideração, um dos métodos mais eficazes para compartilhar informações é através de meios digitais, sejam rede social, páginas da web ou e-mail.

Durante minha trajetória como designer, na condição de bolsista da PREC, desenvolvi alguns materiais para facilitar as demandas de comunicação visual geradas, em sua grande parte, por eventos culturais que envolvessem uma conexão entre comunidade/universidade.

Foram aplicadas teorias de usabilidade absorvidas de estudos expostos por LORANGER (2007), estudos relacionados a comunicação coletados por MARTINO (2010) e de conhecimentos sobre como aplicar e utilizar marcas e com elas formar uma identidade visual expostos no livro designing brand identity de WHEELER (2003).

2. METODOLOGIA

Os materiais gerados ao decorrer deste período deram-se de acordo com as demandas solicitadas pela Pró-Reitoria de comunicação e a produção dos mesmos é feita a partir de análises do material solicitado, utilização ou não de materiais de eventos anteriores e a pesquisa de como aplicar ou não essas informações, análise da campanhas semelhantes para a formação de um material mais condizente com o meio em que estamos divulgando e uma análise de caso para definir se será necessária a modificação da marca ou estéticas do evento a ser divulgado assim como se existe a necessidade da criação de uma nova página web para o mesmo ou se será veiculado através das páginas já existentes da PREC e nas redes sociais.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um dos melhores exemplos a serem citados das demandas até o momento é da identidade que foi criada para divulgação das atividades da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) na Fenadoce 2019 (Evento Gastronômico/Cultural da cidade de Pelotas). Onde foram analisadas peças geradas anteriormente (ver fig 1.) na

divulgação do próprio evento e adaptado para a campanha da Pró-reitora de Extensão e Cultura (ver fig. 2.) onde foram incrementadas também a marca da Pró-reitora de cultura e extensão (ver fig. 3.) e da Universidade Federal de pelotas comemorativa dos 50 anos (ver fig. 4.).



Figura 1. Marca Oficial da Fenadoce Fonte : <https://www.fenadoce.com.br>

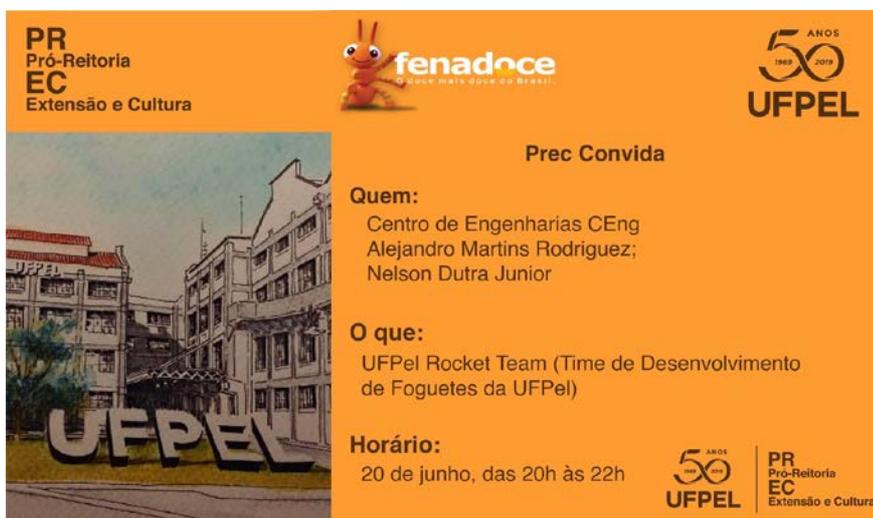


Figura 2. Banner de divulgação dos eventos da universidade na Fenadoce 2019.



Figura 3: Marca comemorativa UFPEL 50 anos, criada pela equipe do SulDesign UFPEL. Fonte: <https://wp.ufpel.edu.br/ufpel50anos/identidade-visual/>



Figura 4: Marca Pró-Reitoria de Extensão e Cultura Fonte:

No caso acima não foi necessária a criação de uma página para divulgação pois utilizamos as redes sociais e os telões do evento para circulação do material.

Outro evento que cabe ser citado por conta ser um estilo diferente e com outra aplicação na divulgação, cito o lançamento Plano de Cultura¹ de 2019 da UFPEL onde fizemos uma campanha interna com divulgação a partir de uma página web (ver fig. 5.) pois havia a necessidade de cadastramento de pessoas específicas e era necessário um formulário para o mesmo protegido por senha (ver fig. 6.)



Figura 5: Página web para divulgação do evento de lançamento do Plano de cultura 2019. Fonte: <https://wp.ufpel.edu.br/planodecultura>



Figura 6: Página de acesso ao formulário de cadastramento. Fonte: <https://wp.ufpel.edu.br/planodecultura/2019/05/03/formulario-de-registros/>

Nesta página foi utilizada a identidade visual presentes em materiais da Pró-reitora de Extensão e Cultura e também das outras páginas web relacionadas a Universidade Federal de Pelotas.

4. CONCLUSÕES

Ao longo desses meses que estou junto a toda equipe da PREC, pude aplicar o conhecimento construído durante o curso de Design Digital de forma plena e desenvolver maior eficiência com os mesmos.

As demandas que me foram solicitadas, algumas vezes em grande escala, me fizeram aprender formas mais eficientes e rápidas de aplicar minhas habilidades, porém, mantendo a qualidade.

Tive oportunidade de trabalhar em campanhas de grande escala e eventos importantes para a cidade o que foi extremamente gratificante.

O que pude concluir, durante estes seis meses que participo da divulgação e produção de peças digitais da PREC, é que houveram avanços na disseminação de informações, tanto com o meio acadêmico quanto com a comunidade. Porém, ainda precisamos trabalhar fortemente para que esse avanço siga crescendo e que possamos fazer com que cada vez mais pessoas consigam ter acesso a estas informações, potencializando a participação ativa nas atividades de extensão.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARTINOS, L.M.S. **Teoria da comunicação ideias, conceitos e métodos.** Vozes Limitadas, 2017.

Ex.: JENNINGS, P.B. **The practice of large animal surgery.** Philadelphia: Saunders, 1985. 2v.

LORANGER, H. **Usabilidade na Web.** Elsevier, 2007

WHEELER, A. **Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team.** Wiley , 2003.

I MATEADA DO CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA

STHÉFANIE DA CUNHA¹; THALIA STRELOV DOS SANTOS²; KAREN RAQUEL PENNING KLITZKE²; CAIRO SCHULZ KLUG²; MATHEUS GOULART CARVALHO²; CARLOS ANTÔNIO DA COSTA TILLMANN³

¹Universidade Federal de Pelotas – *sthefanie_c@hotmail.com*

²Universidade Federal de Pelotas – *thalia.strelov@gmail.com*

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

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

²Universidade Federal de Pelotas – *carvalho9608@gmail.com*

³Universidade Federal de Pelotas – Professor Orientador – *carlostillmann@hotmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos tem-se notado a alta distribuição de cursos de Engenharia nas unidades de ensino superior, entretanto, associado a esse evento, tem-se percebido o aumento do número de evasão. Gaioso (2005) define o aluno evadido como aquele que se desvinculou do seu curso de ingresso, independentemente do fato gerador de seu desligamento.

Segundo Lucchiari (2000) é preocupante e assustador o número expressivo de evasão no ensino superior, em um Brasil que necessita de profissionais em todas as áreas. Diante das necessidades do mercado interno, a evasão dos cursos de Engenharia torna-se preocupante, já que propicia desperdícios tanto sociais, como econômicos e acadêmicos. No ensino, ocorre a perda de recursos que são investidos, porém não recebem o devido retorno e, para o discente, há o tardamento da sua inserção no mercado de trabalho.

Por outro lado, são inúmeros os fatores que contribuem para a desistência do discente na permanência de um curso superior. Um desses fatores é o engajamento dos alunos em um ambiente mais autônomo, onde as relações tornam-se mais estreitas, surgindo a dificuldade do aluno se encaixar nos novos parâmetros (TOSTA; ABREU; FORNACIARI, 2016).

Diante disso, os alunos ainda precisam lidar com a falta de tempo, a pressão, a preocupação e o medo, o que pode acarretar em situações de crise. Com isso, a saúde mental dos estudantes do Ensino Superior torna-se outro fator relacionado com o aumento do número de evasões, e essa questão tem sido alvo de preocupação crescente nos últimos anos, uma vez que tem sido documentado um aumento da gravidade e do número de problemas mentais nos estudantes universitários (SAÚDE MENTAL EM ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR, 2011).

A questão da saúde mental ainda é pouca introduzida no ambiente universitário, e por isso muitos estudantes acabam nem percebendo que precisam buscar ajuda. Em vista disso, torna-se necessário que as instituições de ensino busquem e criem mecanismos que propiciem a retenção dos alunos nas instituições de ensino, especialmente aqueles que estão no início dos cursos e na maioria das vezes afastados de suas casas. Ao entrar na universidade, os estudantes precisam de uma resposta de acolhimento responsável que será aplicado às necessidades de cada jovem (SOUZA et al., 2018).

Posto isso, a proposta da realização de uma mateada visa proporcionar essa integração necessária entre discentes e docentes a partir do consumo de chimarrão, que é uma característica cultural no estado do Rio Grande do Sul e símbolo de integração entre a população.

O chimarrão é comum nos países da América do Sul, especialmente na Argentina, Paraguai, Uruguai e Chile. No Brasil, concentra-se nos estados do sul e centro-oeste do país (SOUZA, 1998). O consumo de chimarrão nessas regiões passou a ser sinônimo de hospitalidade, capaz de aproximar as pessoas, sendo importante na constituição de relações sociais. (LINHARES, 2000; THOMÉ, 2011; NOERNBERG, 2012). As rodas de chimarrão formam ambientes agregadores de troca de experiências e aproximação entre as pessoas.

Desta maneira, o objetivo da realização dessa atividade é proporcionar a integração entre docentes, discentes e petianos do curso de Engenharia Agrícola, além de informar aos ingressantes sobre a história da Engenharia Agrícola e sua importância, bem como, inserir o tema saúde mental nas discussões da comunidade acadêmica e, dessa forma, combater a evasão de discentes do curso.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho foi desenvolvido no primeiro semestre de 2019. O evento foi produzido pelo Programa de Educação Tutorial do curso de Engenharia Agrícola, da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), e ocorreu nas dependências do Centro de Engenharias (CEng) da UFPEL, localizado no bairro Porto, em Pelotas.

O evento iniciou-se a partir da realização de uma dinâmica com os estudantes, com o intuito de promover um ambiente de união e descontração. A atividade executada foi uma corrida com pneus de trator, em que os docentes foram divididos em grupos e necessitavam da colaboração uns dos outros para mover os pneus e realizar a atividade.

Em seguida, os participantes foram conduzidos para uma sala do prédio do CEng, onde realizou-se outra atividade. Essa, compreendia em um jogo de perguntas e respostas sobre curiosidades, história e as áreas de atuação do curso de Engenharia Agrícola, e envolveu a maioria da comunidade acadêmica do curso. A seguir, segue imagem da participação dos estudantes do curso durante o quiz realizado sobre o curso.



Figura 1. Alunos participando do quiz.

Sequencialmente, ocorreu uma pausa para a realização do coffee break, e a distribuição de água quente e erva mate. Promovendo, assim, um momento de integração e conversa entre os estudantes e professores do curso.

O evento encerrou-se com uma palestra sobre “Saúde mental na Faculdade”, realizada por Sandra Volcan, formada em Psicologia pela Universidade Católica de Pelotas, Mestre em Saúde e Comportamento pela Universidade Católica de Pelotas e Especialista em Neuropsicologia pela Universidade Federal do Rio Grande do

Sul. A seguir, segue em anexo a imagem de duas integrantes do grupo PET-EA com a palestrante.



Figura 2. Psicóloga Sandra Volcan e integrantes do PET-EA.

A escolha pelo tema da palestra levou em conta a grande preocupação em relação a essa questão que ainda é pouca discutida dentro de ambientes acadêmicos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O evento contou com a participação de 34 discentes e 7 docentes do curso de Engenharia Agrícola, da UFPel. A partir disso, pudemos analisar a grande importância que momentos de integração entre discentes e docentes possuem na familiarização com os novos desafios apresentados pela vida acadêmica.

Além disso, o evento proporcionou um importante debate sobre saúde mental, como pode ser observado na imagem a seguir, já que muitos estudantes enfrentam pressões e situações estressantes que podem tornar a universidade um período complicado.



Figura 3. Integração entre acadêmicos do curso.

4. CONCLUSÕES

Através desse evento foi possível identificar que a integração entre alunos do início e final do curso é ineficaz, devido a carga horária do mesmo ser sobrecarregada e não haver tempo livre disponível. Portanto, concluímos que o evento cumpriu seu objetivo de proporcionar um momento de conversa e trocas de

experiências, encerrando o evento difundindo um tema pouco abordado dentro de um curso desgastante como de Engenharia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GAIOSO, N. P. L. Evasão discente na educação superior? A perspectiva dos dirigentes e dos alunos. 2005. pp. 99. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação “Stricto Sensu” em Educação, Universidade Católica de Brasília. Brasília, 2005.

FREITAS, Bruno Andrade de; COSTA, Érika Carla Alves Canuto da; COSTA, Cláudio Pereira da. Fatores da evasão discente no curso de Engenharia Civil da Universidade Estadual da Paraíba. **Principia**, João Pessoa, n. 34, p.69-76, maio 2017.

LUCCHIARI, Dulce Helena Penna Soares. As Diferentes Abordagens em Orientação Profissional em Ação: Formação e Prática de Orientandos. In: Orientação Profissional em Ação: formação e prática de orientadores. São Paulo: Summus, 2000 p.28-225.

ALMEIDA, Eustáquio de; GODOY, Elenilton Vieira. A EVASÃO NOS CURSOS DE ENGENHARIA: UMA ANÁLISE A PARTIR DO COBENGE. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE EDUCAÇÃO EM ENGENHARIA, 44, 2016, Natal. **Anais...** Disponível em: <<http://www.abenge.org.br/cobenge/arquivos/3/anais/anais/159848.pdf>>. Acesso em: 31 ago. 2019.

TOSTA, Marielce de Cassia Ribeiro; ABREU, Leonardo Caetano; FORNACIARI, Jose Ricardo. POR QUE ELES DESISTEM? ANÁLISE DA EVASÃO NO CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, UFES, CAMPUS SÃO MATEUS. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 36., 2016, São Matheus. **Anais...** João Pessoa: Enegep, 2016. p. 1 - 2. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_235_367_29493.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2019.

SAÚDE MENTAL EM ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR: Experiência da Consulta de Psiquiatria do Centro Hospitalar São João. Portugal: Acta Med Port, 2011.

SOUZA, Sarah Gomes de et al. PROBLEMA DE SAÚDE MENTAL: É IMPORTANTE DISCUTIR? In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 5., 2018, Olinda. **Anais...** Olinda: Conedu, 2018. p. 1 - 2. Disponível em: <http://www.editorarealize.com.br/revistas/conedu/trabalhos/TRABALHO_EV117_MD1_SA18_ID6476_17092018194036.pdf>. Acesso em: 31 ago. 2019.

SOUZA, Adriano Martinho de; Dos ervais ao mate: possibilidades de revalorização dos tradicionais processos de produção e de transformação de erva-mate no planalto norte catarinense. Florianópolis, 1998. 124f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias.

DESIGN EDITORIAL COMO FERRAMENTA DE ACESSO A PUBLICAÇÕES

ISABELA ALMEIDA NOGUEIRA¹; JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES²

¹Universidade Federal de Pelotas – isabelaalmeidanogueira@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – fernandoigansi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Pelotas (UFPe) é responsável, entre diversas outras atribuições, por uma série de publicações periódicas no âmbito universitário, incluindo revistas, e-books, livros impressos, anais de eventos, etc. O design editorial se faz importante na produção destes, e é parcialmente realizado por bolsistas de Extensão e Cultura do Programa de Bolsas Acadêmicas da UFPe. Este resumo tem como objetivo apresentar o trabalho que desenvolvi enquanto bolsista desde abril de 2019, focando nos projetos editoriais.

A escolha das tipografias em um projeto editorial deve estar em harmonia com o conteúdo escrito. BRINGHURST (2011, p. 26) destaca a importância de ler o texto antes de fazer o seu projeto visual. Segundo o autor, “a única tarefa essencial do tipógrafo é interpretar e comunicar o texto. Seu tom, seu andamento, sua estrutura lógica, sua dimensão física determinam as possibilidades de sua forma tipográfica.” Em seguida, aponta que é necessário analisar a lógica interna do texto, sua estrutura e níveis de informação, que devem ser visualmente consistentes, distintos e harmônicos.

BRINGHURST (2011, p. 29) diz ainda que “assim como as palavras e as sentenças, as letras têm tom, timbre e caráter” e que “quando o tipo é mal escolhido, aquilo que as palavras dizem linguisticamente e aquilo que as letras inferem visualmente ficam dissonantes, desonestos, desafinados”.

Do mesmo modo, o formato da página e a disposição dos elementos dentro dela também devem fazer sentido com o conteúdo. Para sistematizar esta disposição, é utilizado o grid, cujo conceito KANE (2012) apresenta:

Um grid é um sistema formado por linhas verticais e horizontais que se cruzam em intervalos regulares. No design tipográfico, esse sistema é um método frequentemente utilizado para organizar de forma clara o texto numa página, além de ampliar seu significado.

Alguns ajustes como o *Kerning* - definido por BRINGHURST (2011, p. 40) como “a alteração do espaço entre pares de letras específicos” - e o *tracking* - o ajuste de espaçamento entre as letras em uma linha – podem fazer grande diferença.

2. METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa exploratória de caráter qualitativo, com a revisão bibliográfica de dois autores que serviram como base para a produção dos resultados apresentados no próximo item. São eles KANE (2012), com o livro Manual dos Tipos, e BRINGHURST (2011), com o livro Elementos do Estilo Tipográfico.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

FAEM: um século e 35 anos

Como parte das comemorações dos 135 anos da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel (FAEM), foi produzido um livro que conta sua história, ilustrado com fotografias antigas e contendo relatos de pessoas que fizeram parte desta história, como ex-alunos e professores.

O grid deste livro - com formato de 23x28cm - possui apenas uma coluna, com margens que permitem conforto visual e segurar o livro sem ocultar o texto. As imagens ganharam destaque, distribuídas mais livremente entre as páginas e com tamanhos grandes.

O livro está finalizado e aguarda publicação.

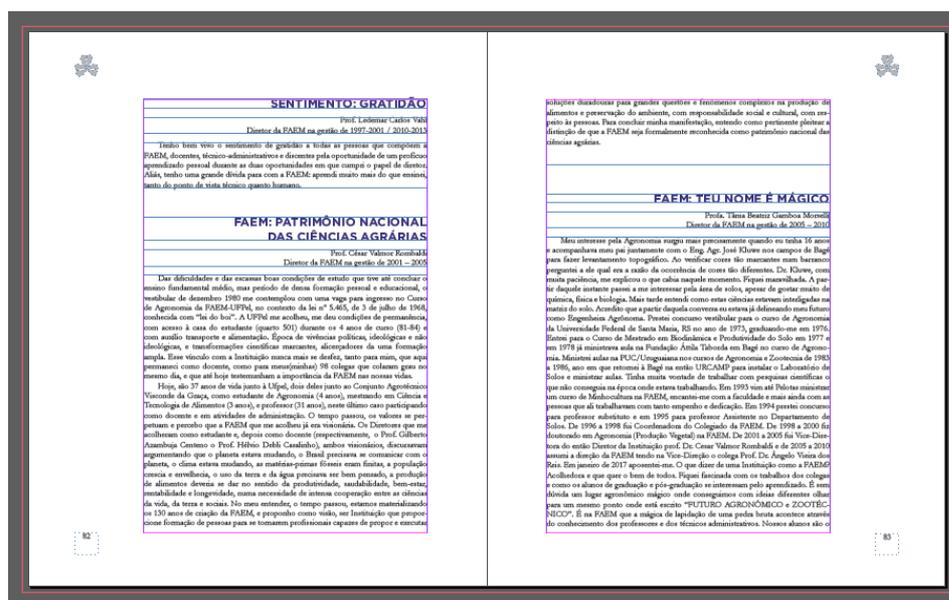


Figura 1: Páginas espelhadas do livro FAEM: um século e 35 anos, com estrutura exposta

Patrimônio Industrial da UFPel

O livro Patrimônio Industrial da Universidade Federal de Pelotas visa apresentar os prédios que antigamente eram utilizados por alguma indústria e hoje são parte da Universidade. Organizado pela atual pró-reitora de Extensão e Cultura da UFPel, Francisca Ferreira Michelin, é uma sequência do livro Patrimônio Cultural Edificado da Universidade Federal de Pelotas, lançado em 2013.

No formato 26x20cm para seguir a estética do livro anterior, a diagramação deste livro foi pensada para funcionar tanto em versão impressa como digital, apesar de ser mais adequada para a versão impressa. Seu grid é composto por cinco colunas, o que permite uma flexibilidade na composição, muito aproveitada com as fotografias. O texto é distribuído principalmente em quatro colunas, deixando livre a coluna na lateral externa, o que permite maior respiro visual.

Sua produção está quase pronta, faltando alguns detalhes como ISBN e poucas alterações.

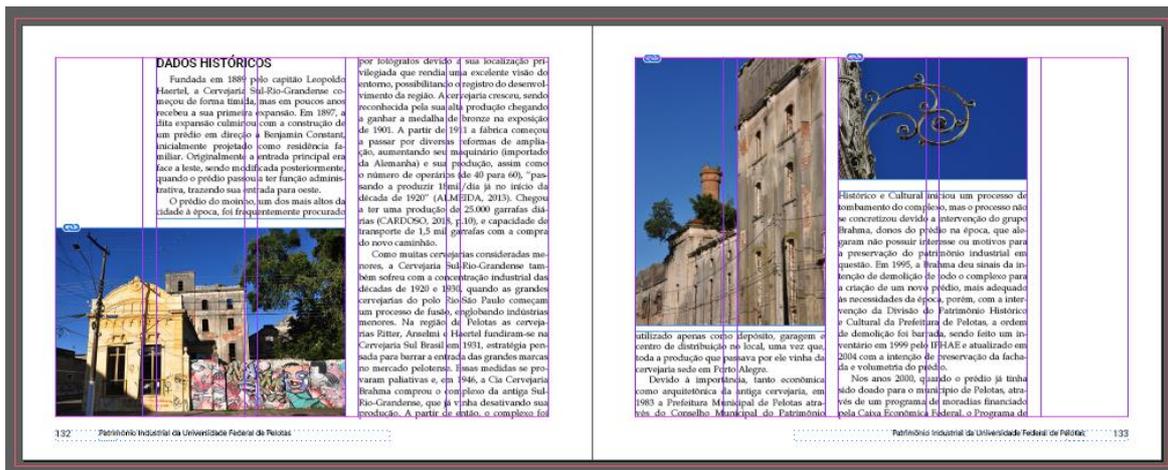


Figura 2: Páginas espelhadas do livro Patrimônio Industrial da UFPel, com estrutura exposta

Boaventura de Sousa Santos

O livro “Democratização da Universidade: Construindo alternativas para o capitalismo, colonialismo e patriarcado - Outorga do título Doutor Honoris Causa ao Professor Boaventura de Sousa Santos” foi produzido a partir da gravação desta cerimônia de outorga, realizada no Theatro Guarany, em Pelotas, no dia 3 de junho de 2018. A organização e exposição de motivos são de Naomar Almeida Filho, Regina Nogueira e Lilian Celiberti.

A escolha da fonte Courier New se deu pela aproximação com uma estética de roteiro de cinema, justificada pelo formato de transcrição de áudio que tem o livro. Nesta mesma lógica, uma sequência de quadros do vídeo da cerimônia foi distribuída nos cantos de páginas de modo que, ao folhear rapidamente de trás para a frente, se tenha a ideia de movimento contínuo como em um vídeo.

O livro possui o formato A5 para melhor aproveitamento do papel. O uso de preto para os destaques diminui o custo de impressão onde possível, considerando a quantidade de imagens no livro.

As aberturas de capítulos foram feitas a partir da mesma fotografia que ilustra a capa, porém com outro enquadramento, que dá destaque aos escritos da página.

Expressa Extensão

A revista Expressa Extensão é uma publicação online da PREC, com três edições por ano, que coleta artigos de diferentes áreas de conhecimento produzidos em universidades brasileiras. Para a diagramação do volume 24 n.2 (de maio a agosto de 2019) e n.3 (de setembro a dezembro de 2019), foi utilizado o modelo já padrão da revista, com alterações nas cores de cada edição. Pensando na geração de ePubs, foram utilizados certos recursos, como objetos ancorados ao texto, estilos de parágrafos e tabelas criadas no Indesign, para que a formatação original não seja perdida.

Todas as edições estão publicadas no site de periódicos da UFPel.

Em todos os trabalhos citados, foi escolhida uma tipografia com serifa para o texto, devido ao conforto de leitura, e uma tipografia sem serifa para os títulos. O software utilizado é o Adobe Indesign, por vezes com o auxílio do Adobe Illustrator e Photoshop.

Além destes, outros trabalhos também foram realizados durante este período. O ebook “Estudos interdisciplinares em patrimônio jesuítico-guarani” está em fase inicial de diagramação, não tendo ainda sua primeira versão finalizada. Cartazes de divulgação de projetos da PREC, convites para eventos e palestras, material de divulgação para a 27ª Feira Nacional do Doce (Fenadoce) são exemplos de trabalhos já concluídos e utilizados.

4. CONCLUSÕES

Observa-se que a produção de ebooks, em formato PDF ou ePub, em detrimento de publicações impressas permite um alcance maior de público, por estar disponível online gratuitamente, além de evitar todo o custo de produção que reduz ou mesmo impossibilita a viabilidade de certos projetos, especialmente em tempos de contenção de despesas. A alternativa de produzir as duas versões é satisfatória, para que se tenha alguns exemplares impressos como forma de registro e acervo da Universidade, ao mesmo tempo que se tem a versão digital sempre ao alcance.

Um projeto visual de qualidade dá valor para o conteúdo do livro e atrai o leitor, podendo ser decisivo na sua escolha de leitura. As escolhas de formato, tipografia, grid, meio de divulgação, materiais, entre outras, caminham juntas e são essenciais para o resultado final.

O estágio na Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPel tem me permitido a aplicação prática dos estudos em sala de aula e o acesso a novos conhecimentos e vivências. A chance de ter contato com demandas reais e de entender as diversas etapas de produção dos projetos que envolvem design são de grande valor aos estudantes universitários. O estágio segue em andamento e novos trabalhos ainda serão produzidos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

BRINGHURST, R. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Palo: Cosac Naify, 2011.

KANE, J. **Manual dos tipos**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2012.

MICHELON, F. F. (Org.) **Patrimônio Cultural Edificado da Universidade Federal de Pelotas**: primeiro estudo. Pelotas: Editora da Universidade Federal de Pelotas, 2013.

Documentos eletrônicos

UFPEL. Expressa Extensão, 2019. Acessado em 13 mar. 2019. Online. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/expressaextensao>>

PET SOLIDÁRIO

THAIS HUBNER¹; AUGUSTO VICTOR DEMARCO²; EDUARDA ANDERSEN²;
THALIA BIEHALS DA SILVA²; VINICIOS HUTTNER BUBOLZ²; DANIELLE
RIBEIRO DE BARROS³

¹Universidade Federal de Pelotas – thais210897@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – augustovictordemarco@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anderseneduarda@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – thaliabierhalssilva@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – viniciosbubolz1997@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – danrbarros@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

O PET, Programa de educação tutorial, do curso de Agronomia é composto por um grupo de estudantes do curso de agronomia que desenvolvem trabalhos com base na tríade de Pesquisa, Ensino e Extensão, busca desenvolver atividades capazes de auxiliar no desenvolvimento e crescimento dos discentes do curso de Agronomia da Universidade Federal de Pelotas. A atividade intitulada PET solidário se localiza no pilar que compreende a extensão.

O projeto tem como objetivo a realização de eventos visando o bem da sociedade, organizando ações como doações de sangue, alimentos, de roupas, de materiais escolares e outros. O grupo percebeu a necessidade de ajudar pessoas que precisam, e além disso, fazer com que o público participante dos eventos idealizados pelo grupo também possam colaborar.

Segundo Tardelli (2008), a solidariedade, em seu sentido mais geral, expressa um elo que envolve todos os seres humanos em uma grande comunidade moral, num sentimento de fraternidade entre todos os membros de uma família ou clã.

2. METODOLOGIA

As metodologias utilizadas para realização das campanhas dependem da sua finalidade. Para a arrecadação de alimentos é realizado no momento em que o grupo desenvolve outras atividades, como eventos e palestras, onde o ouvinte para participar destes, é convidado a fazer a doação de um quilograma de alimento não perecível no momento da inscrição (figura 1). Para arrecadação de outras itens são realizadas campanhas, como a campanha do agasalho (figura 2) onde o grupo distribui caixas para depósito de roupas de inverno, nos corredores da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, onde ficam por um período de um mês para receber as doações. A campanha de doação de sangue é realizada em parceria com o Hemocentro de Pelotas onde uma equipe de enfermeiros e um médico uma vez por ano, pelo menos, vão até o campus do Capão do Leão para fazer a arrecadação das bolsas de sangue. Todas campanhas são divulgadas nas redes sociais do grupo PET Agronomia e além disso são realizados cartazes.

Após a finalização das campanhas, é realizado a entrega dos itens para o local previamente escolhido pelo grupo.

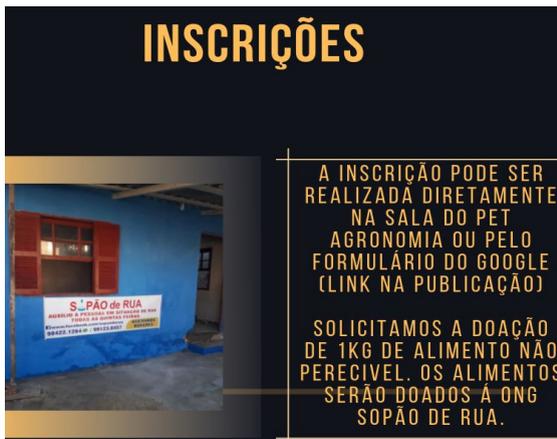


Figura 1 - Sugestão da doação de alimento no momento de inscrição.



Figura 2 - Divulgação da campanha do agasalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O grupo PET Agronomia no primeiro semestre de dois mil e dezenove realizou a campanha do agasalho com apoio do grupo PET física, DANV Agronomia, Atlético Agronomia e ECAPE. Onde os itens arrecadados foram doados para a ONG semear, intermediado por aluno da universidade (Figura 3). Além disso, foram arrecadadas caixas de leite pelo grupo que foram doados para o “sopão de rua”, onde eles utilizam a caixa de leite como recipiente para servir as refeições.

No ano de 2018 no dia dez de abril em parceria com o hemocentro de Pelotas (hemopel) foi realizado uma campanha para doação de sangue, onde se obteve um bom número de bolsas de sangue, para o ano de 2019 a doação ocorrerá, sendo no dia dezessete de setembro de dois mil e dezenove no postinho do campus Capão do Leão. (Figura 4)

Nos dias vinte e sete, vinte e oito e vinte e nove de agosto foi realizado pelo grupo o evento “atualizações de grandes culturas em terras baixas: soja e arroz” onde conseguiu-se arrecadar cerca de cento e vinte quilogramas de alimentos que foram destinados para a ONG sopão de rua. Os itens sugeridos foram: arroz, massa, açúcar e feijão, mas foi doado também farinha e leite.



Figura 3 - Doação dos agasalhos para ONG semear.



Figura 4 – Divulgação doação de sangue.

4. CONCLUSÕES

Com auxílio de toda a comunidade acadêmica é possível realizar campanhas que ajudam e podem mudar vidas. Além disso, quando os grupos presentes na universidade se unem para um bem comum se torna mais fácil de fazer a arrecadação dos itens necessários.

Como perspectivas futuras as próximas doações estão sendo organizadas para o mês de novembro onde o grupo PET Agronomia está organizando um evento intitulado como “Workshop de apicultura”, sendo assim serão arrecadados novos alimentos como forma de inscrição.

E ainda, pretende-se também fazer novas campanhas para arrecadação de materiais escolares e brinquedos para doar para crianças que necessitam deste auxílio.



5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TARDELLI, D.D.A. **A Manifestação da Solidariedade em Adolescentes – Um Estudo Sobre a Personalidade Moral**. *Psicologia: Ciência e Profissão*. Brasília, v.28, n.2, p. 288-303, jun. 2008.

OFICINAS WORLD CAFÉ EM PELOTAS

JAMES SILVA COUTO; SIRLENE DE MELLO SOPEÑA; TANARA GOMES
MEDEIROS; ADRIANA ARAÚJO PORTELLA

Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – jamessilvacouto@hotmail.com

Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – sirmellos@hotmail.com

Universidade Federal de Pelotas – tanaracosta@hotmail.com

Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) – adrianaportella@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

Há mais de uma década, passou a ser desenvolvido o conceito de “Envelhecimento Ativo” (World Health Organization, 2002). A criação e estudo de tal busca promover o envelhecimento saudável da população, que até os dias atuais sofre com a frequente falta de políticas e ações para que isso aconteça. De acordo com a atual Diretora-Geral da OMS, Dra. Margaret Chan, pela primeira vez na história as pessoas podem e viverão além dos 60 anos. Essa realidade tem um impacto sem precedentes em uma totalidade de áreas do conhecimento, sendo uma delas a área do urbanismo contemporâneo. Ainda segundo um relatório oficial emitido pela OMS em 2015, a dependência de pessoas com idades acima de 60 anos não é tamanha culpa de suas limitações físicas, psicológicas e afins, mas sim culpa de uma estrutura social inteira que segue a tachar de forma extremamente retrógrada esses indivíduos, estimulando ao longo da vida a perda de independência, seguida da aquisição de consequências indesejáveis para a saúde.

O fenômeno da longevidade precisa ser visualizado como um aspecto extremamente positivo para uma pessoa, e por isso não pode ser dificultoso o ingresso nessa fase da vida. A velhice deve ser vivida com dignidade, afinal. Uma sociedade que não se preocupa com a capacidade das pessoas de viverem uma vida longa, mostra que não se preocupa com as diversas fases da vida e ignora todo um parâmetro social fundamental por isso. No Brasil a situação não é diferente. A ONU prevê que até 2025, o país se torne o sexto no ranking com a maior população de idosos no mundo. Essa estimativa só colabora para que sejam tomadas atitudes que atendam às necessidades reclamadas pela sociedade, compreendendo que ações amigáveis às pessoas mais velhas serão também muito facilmente adotadas para as outras idades.

Quando se fala de espaços urbanos, surgem problemáticas a respeito de mobilidade, segurança e saúde bastante entalhadas dentro de cidades por todo Brasil. No Rio Grande do Sul, um grupo de pesquisadores da Universidade Federal de Pelotas, em parceria com universidades no Reino Unido e na Índia, desenvolveram a pesquisa intitulada *Place Age*, que busca se colocar diante das dificuldades dos idosos em lidar com os obstáculos impostos há muito pelo ambiente urbano. Através de vários métodos em seus projetos de pesquisa, o grupo consta que mudar a maneira de construir não é o suficiente. É preciso relevar conceitos como memória, percepção individual e coletiva e a maneira como as pessoas se conectam com o lugar.

2. METODOLOGIA

O foco deste trabalho é chamado de World Café, um método de pesquisa participativo, presente nos estudos do grupo *Place Age*. A estrutura desse método

consiste em reunir uma série de indivíduos em rodas de conversa, onde estes expõem opiniões e assuntos, e muitas informações podem ser coletadas. É também através do World Café que ideias e conexões são criadas e difundidas entre os envolvidos, em uma crescente aura de confiabilidade e concentração de perspectivas. Dessa forma, o ato de reunir pessoas, pesquisadores e representantes de órgãos públicos tratou de visualizar como objetivo a compreensão da realidade social de pessoas acima dos 60 anos, bem como estudar possíveis ações que respondam à altura tal hostilidade das cidades quanto problema social para estas.

Como descrito, o método do World Café consiste na organização de pautas e discussões que possam apresentar respostas para determinados tipos de problemas. No caso deste trabalho, os assuntos utilizados para a realização dos debates foram sempre permeando a problemática social dos idosos dentro da cidade. Em Pelotas, os temas predefinidos pelos pesquisadores foram os seguintes: Áreas Verdes, Serviço e Comércio; Mobilidade Urbana e Segurança/Lazer; Inclusão, Participação Social, Emprego, Saúde e Moradia; Memória e Identidade; Espaço Público e Manutenção.

Pessoas com mais de 60 anos que já haviam participado de outros métodos realizados para a pesquisa do grupo Place Age foram convidadas para a atividade, juntamente dos chamados *stakeholders* (os representantes de órgãos públicos anteriormente mencionados). A aplicação das oficinas foi realizada em unidades de três bairros característicos da cidade quanto à renda: No Navegantes, no Fragata e no Centro, ressaltando que os locais selecionados visavam facilidade de acesso aos participantes.

Em função do número de participantes, foram configuradas as chamadas mesas temáticas, e em cada mesa, os pesquisadores se dispuseram como mediadores, enquanto papel e canetas coloridas foram distribuídos entre os participantes para que pudessem escrever, rascunhar e visualizar a conversa. Os *stakeholders* foram identificados para cada tema de forma que pudessem contribuir da melhor maneira, visto que estes contam com poder de ação para com práticas/políticas públicas e afins. De forma que todos pudessem participar com voz, cada mesa temática foi alavancada com perguntas relacionadas aos temas predefinidos, dando sequência ao debate, construindo a conversa e tramando relações, opiniões e resultados.

Enquanto isso, no material das oficinas, que consiste em enormes folhas de papel, foi realizada a prática chamada de *lettering*, técnica de desenho/escrita responsável por construir (de maneira visual) material gráfico capaz de reproduzir ideias através do uso da representação. Essa prática configura parte importante da atividade, por se tratar de um “relato físico” que simboliza o desenvolvimento coerente realizado pela pesquisa, além da relação contextual dos participantes e principalmente para fins de pesquisa, onde o *lettering* ajuda a visualizar os dados coletados durante as atividades. Além disso, sua prática possibilita a estruturação posterior do raciocínio, em produto gráfico que ingressa também no equipamento do estudo.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os papéis escritos atuaram como ferramenta importante na visualização dos resultados do trabalho. O *lettering* proporcionou compor a linha que evidencia os aspectos trazidos pelos participantes durante as discussões através da escrita e dos desenhos, muitas vezes diretamente relacionando o sentimento do que era

vontade de conhecer o lugar onde moram e não deixe as crianças nas ruas em seu tempo livre. A importância da memória dos lugares é indiscutível, trazida em todos os bairros da pesquisa, mas é evidentemente prejudicada pelos problemas sociais enfrentados pelas pessoas atualmente nesses ambientes urbanos. A realidade dos moradores quase sempre faz com que a identidade do lugar seja manchada com insegurança, dificuldades de deslocamento e preceitos vulgares, que realizam o inverso da ideal conexão entre usuário e espaço.

Na completude da atividade, os debates traduziram a problemática com foco em segurança, mobilidade/caminhabilidade e saúde, além de dificuldades na valorização da memória e no contato entre o poder público e as pessoas quanto a desenvolver políticas que efetivamente atendam as necessidades de todos.

4. CONCLUSÕES

A oportunidade de avaliar os resultados foi fundamental para estabelecer diretrizes que atuam como ferramentas no desenvolvimento coerente de espaços urbanos. Como descrito no começo deste trabalho, atender necessidades de pessoas na faixa etária acima dos 60 anos é dar dignidade, oportunidade, valorização e reconhecimento para toda a sociedade. A conexão entre pesquisadores, representantes de órgãos públicos e moradores é também recompensante no sentido de aproximar as partes e colocá-las juntas diante do problema, criando relações, convergindo ideias e sugestões dentro da atividade.

Estudar e propor atividades educacionais, manuais e de leitura são o começo para um status agradável que posicione as novas e futuras gerações em um ambiente melhor, impedindo a insegurança de apagar a história, ditando a memória do lugar. A manutenção e o aprimoramento dos espaços públicos (praças, calçadas e afins) precisam ser melhor e efetivamente realizados pelo governo em escala, assim garantindo que um efeito “bola de neve” positivo aconteça. A questão social, onde muitas vezes o idoso sofre hostilidade, precisa também ser trabalhada, tendo em vista que o comércio e o transporte público, além das áreas de lazer e cultura, são locais de frequente contato entre gerações e para este ser saudável é o começo. O transporte público é também responsável pelo deslocamento das pessoas entre as diversas áreas da cidade, então é uma ferramenta importante que precisa ter a devida acessibilidade, legibilidade e que evite a cultura do desrespeito e negligência.

A cidade amiga do idoso é amiga de todos, e esse objetivo contempla espaços urbanos convidativos e ideais ao envelhecer com saúde, vontade e a constante ideia de pertencimento no contexto socioespacial do ambiente urbano.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Organização Mundial de Saúde (2007). **Guia Global das Cidades Amigas das Pessoas Idosas**. ISBN: 978-989-95568-6-7.

GEHL, J. **Cidades para Pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2014. 2v.

FOUCHÉ, C.; LIGHT, G. Na Invitation to Dialogue: ‘The World Café’ in Social Work Research. **Qualitative Social Work**. Londres, v.10, n. 1, p. 28-48, 2011.

BROWN, J.; ISAACS D.; Seeing the Invisible: Conversation Matters! In: BROWN, J.; ISAACS D. **The World Café: shaping our futures through conversations that matter**. São Francisco: Berrett-Koehler Publishers Inc., 2008. Cap.1, p.12-25.

Branding como gestão de marca e a percepção da identidade visual da Universidade Federal de Pelotas no projeto Linha UFPel

THUANY BUNILHA¹;
ANA DA ROSA BANDEIRA²

¹Universidade Federal de Pelotas – thuany_bunilha@outlook.com

²Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo apresentar e refletir sobre o *branding* como gestão de marca e a percepção da identidade visual da Universidade Federal de Pelotas a partir do projeto Linha UFPel, um projeto unificado que une os eixos de ensino, pesquisa e extensão e que está lotado no Núcleo de Editora e Livraria da UFPel. Seus principais propósitos são a inserção acadêmica por meio da produção, divulgação e comunicação de livros e produtos (moletons, camisetas, canecas, etc.) com a marca Linha UFPel e o fortalecimento do engajamento da sociedade com a Universidade, fazendo com que as pessoas literalmente, e, simbolicamente, “vistam a camisa” da Instituição. O projeto não tem fins lucrativos e toda a receita gerada é reinvestida na ampliação do número de produtos da Linha, na otimização do espaço físico que viabiliza o projeto, no aprimoramento da infraestrutura disponível para atuação dos acadêmicos envolvidos, entre outros.

Para dar conta deste objeto, a pesquisa utilizará como aporte teórico os conceitos de WHEELER (2008) no que diz respeito à construção, gestão e valor de marca e LINDSTORM (2007) abordando os aspectos sensoriais da marca. Ambos trabalham a gestão de marca, contudo, sob diferentes perspectivas.

WHEELER (2008) define *Branding* como um processo construído para melhorar a relação de fidelidade entre cliente e marca e expressar as razões pelas quais o público deve preferir outras em relação a uma única. É preciso levar em consideração que a marca, por sua vez, não se resume ao símbolo ou logotipo, indo além da pura representação visual e abrangendo aspectos intangíveis muito mais complexos.

SILVA (2002, p.13) reuniu alguns conceitos sobre branding e a sua relação com a ideia de marca. Estes assumem que o branding é um processo de estruturação da gestão de marca e que é uma ferramenta que auxilia na ampliação da marca como elemento de diferenciação. Nessa circunstância, pode-se entender que a conexão entre marca e branding está na forma como a primeira é administrada pelos princípios do segundo. E ainda que muitos desses conceitos sejam vistos pelo prisma mercadológico, WHEELER (2008) assume que mesmo instituições sem fins lucrativos, estão “vendendo” algo. O que podemos assumir como objeto de venda, a partir do objeto deste estudo, são valores simbólicos e intangíveis associados à marca UFPel. Marca essa que, apesar de associada à materialidade do produto, está desconectada dele por ser um ativo autônomo, tornando o produto apenas um veículo de manifestação desses valores simbólicos.

A identidade visual gera percepções e fomenta associações em relação à marca. Por intermédio da exposição constante é que ela torna-se cada vez mais naturalmente reconhecível (WHEELER, 2008) e é isso, de maneira geral, que

resume a criação da Linha: tornar a marca UFPel e seus valores, intimamente ligados à memória e ao imaginário coletivo. A função do designer torna-se, nesse caso, gerenciar essa percepção atribuindo significado e criando distinção visual (ibidem).

Segundo seu portal oficial, a UFPel atualmente conta com mais de 20.800 alunos e 2.700 servidores entre docentes e técnicos administrativos. Somando-se a esses números, ex-alunos, familiares e simpatizantes, podemos concluir que o público-alvo do projeto é extenso e diversificado. Projetar produtos que contemplem essa diversidade, e que, minimamente a represente, é o maior desafio que o projeto conserva. CAMEIRA (2013) comenta inclusive que a gestão, na contemporaneidade, é marcada pela elevação da complexidade do projeto.

As pessoas criam ligações emocionais com as marcas (LINDSTORM, 2007) e quando sentem que dividem os mesmos valores, e fazem parte de algo maior, há um desejo inerente de expor ao próximo de que “algo maior” se pertence. Quando isso ocorre, esses indivíduos tornam-se colaboradores no processo de gestão de marca e estimulam a consciência sobre tal, mais do que qualquer campanha ou material gráfico seria capaz (WHEELER, 2008). O que é também corroborado por NEUMEIER (2006) que afirma que não se trata apenas de um ativo, mas dos valores imbuídos a uma empresa, instituição ou organização, que torna a marca não só o que se diz ser, mas o que o seu público institui.

2. METODOLOGIA

O estudo nasce de uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório que parte de revisão bibliográfica para discutir os aspectos que emergem da minha prática como bolsista no referido projeto. Já a pesquisa que deu origem a precificação e aclarou as preferências em relação aos primeiros produtos lançados pela Linha UFPel, se deu por meio de um questionário online, produzido em um sistema apropriado para tal gênero de pesquisa, em parceria com o curso de Administração.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto definiu duas linhas de produtos: a linha institucional, para a qual foram projetados produtos com o logotipo/brasão da UFPel e a linha 50 anos, com apelo comemorativo ao aniversário de 50 anos da Instituição.

Na qualidade de projeto piloto, e sem a certeza de que a Linha UFPel teria grande aceitação, a primeira leva de produtos e aplicações da marca foi concebida de maneira idealizada e baseada em suposições do que os diferentes públicos teriam interesse. De forma que foi elaborada uma pesquisa de opinião por meio de questionário, que salientou preferências em relação a artes e modelos já pré-estabelecidos. Esses modelos foram feitos em parceria com o Suldesign estúdio, o laboratório avançado de design da UFPel.

Ainda que a aceitação dos produtos, desde o lançamento da Linha, tenha sido excelente, verificou-se que um produto específico, da linha 50 anos, não tinha saída. Se tornou claro dessa forma, que, para além da pesquisa inicial, era imprescindível que se fizesse uma pesquisa mais ampla, que levasse em consideração os diversos perfis/estilos de vida para os quais estávamos projetando. Essa segunda fase da pesquisa encontra-se em fase inicial, o que certamente trará novos desdobramentos para o presente estudo.

Como já comentado anteriormente, o público tem papel fundamental na gestão do ativo. E diante disso, as mídias sociais entram não só como veículo de engajamento e aproximação com o público, mas também como termômetro e ferramenta de validação das abordagens pensadas, em virtude dos feedbacks que recebeu/recebe diariamente. SCHAU ET AL. (2009) comentam sobre o encorajamento, a interação nas mídias sociais que edifique ou sustente o público de uma marca e motive cocriações. Para qualificar essa comunicação, interação e principalmente a divulgação do projeto, outra parceria foi feita, dessa vez, com o curso de Jornalismo, para pensar a comunicação permanente da linha.

A identidade, e todo o significado a ela atribuído, irá se manifestar em cada ponto de contato da marca e se tornará dessa forma, inerente a cultura da Instituição “um símbolo constante de seus valores fundamentais e de sua relevância” (WHEELER, pg. 12) O que justifica a importância de se pensar em cada abordagem, produto ou ação relacionada a Linha UFPel. A seguir, estão alguns dos resultados dos pontos de contato produzidos a partir da primeira fase da pesquisa:



Figura 1: Primeiros Pontos de Contato da Linha UFPel
Fonte: Produzido pela autora

4. CONCLUSÕES

Ao final, ao atestar a importância da gestão do ativo, e das abordagens e ações para com ele, confirma-se a responsabilidade que está atrelada a essa gestão, em representar os valores e a relevância de uma Instituição. E ressalta-se que a gestão da marca necessita de ações fundamentadas em conhecimento, e que este, só será alcançado por meio de pesquisas feitas com métodos, processos e instrumentos adequados. Destaca-se também, a riqueza de um projeto unificado como a Linha UFPel, que como bolsista, me permite aprender sobre questões operacionais que envolvem a criação de um projeto como tal, além de transitar em diferentes áreas a cada nova parceria que o projeto estabelece. Como laboratório, para o exercício do meu trabalho como designer, o projeto também me faz entender meu ritmo de trabalho, as metodologias que me favorecem como profissional, além de me fazer desenvolver competências como inteligência social e cumprimento de prazos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

WHEELER, Alina. **Design de identidade da marca: um guia completo para criação, construção e manutenção de marcas fortes**. Porto Alegre: Bookman, 2008.

LINDSTROM, Martin. **Brandsense: a marca multissensorial**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

NEUMEIER, Marty. **The Brand Gap: How to bridge the distance between business strategy and design**. Berkeley: Aiga, 2006.

Artigo

BLUM, A; PEREIRA, T. V.; BISCHOFF, V.N. Conceitos de gestão de marca: comparativos entre as visões apresentadas por LINDSTROM, MESHER E WHEELER. **Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, São Paulo, v. 1, n. 4 p. 3009-3020, 2014.

SCHAU, H.J.; MUÑIZ, A.M.; ARNOULD, E.J. How brand community practices create value. **Journal of Marketing**, Somerset, v.73, n.5 p. 30-51, 2009.

Tese/Dissertação/Monografia

CAMEIRA, S.R. **O branding e a metodologia de sistemas de identidade visual**. 2013. 428 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Design e Arquitetura, Departamento de Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo.

YOKEMURA, K.H. **BRANDING E IDENTIDADE VISUAL: Um estudo de caso a partir da família Schiller**. 2018. 38f. Monografia (Bacharelado em Design Gráfico) - Curso de Graduação em Design Gráfico, Universidade Federal de Pelotas.

Documentos eletrônicos

UFPEL. **Institucional - Histórico**. Portal UFPel, Pelotas, 2019. Acessado em 08 set. 2019. Online. Disponível em: <http://portal.ufpel.edu.br/historico/>

DESENVOLVIMENTO DA MARCA PARA A UNIVERSIDADE ABERTA PARA IDOSOS DA UFPEL

BÁRBARA DOS SANTOS KURZ¹;
JOÃO FERNANDO IGANSI NUNES²

¹Universidade Federal de Pelotas – barbarakurz1998@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – fernandoigansi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo visa apresentar a produção em Design do Núcleo de Ação e Difusão Cultural da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), tendo foco no processo de desenvolvimento da marca para o Programa de Extensão Universidade Aberta para Idosos (UNAPI), a fim de exemplificar resultados de comunicação visual praticados. Neste trabalho, registra-se o processo técnico conceitual e prático para as escolhas e tomadas de decisões operadas.

Na condição de bolsista de Design Gráfico, são minhas competências a criação de banners, cartazes e outras peças de divulgação de eventos e projetos da Universidade, editoração de publicações, identidades visuais, etc., de forma a melhor interagir com a comunidade externa e, assim, melhor estabelecer a relação da universidade com a realidade social, princípio da extensão universitária.

Como objeto específico deste artigo, reflete-se sobre o processo de criação da marca (identidade visual) para a Universidade Aberta para Idosos – UNAPI. O programa atende pessoas com mais de 60 anos e busca promover a integração social e educacional, visando a qualidade de vida dos idosos. Diversas ações são promovidas, como cursos, palestras e oficinas, sobre os mais variados assuntos, dentre eles: cuidados pessoais, saúde, tecnologia, dança, literatura, etc., com a finalidade de ampliar a qualidade de vida da comunidade idosa.

A problemática a ser resolvida envolve o processo de criação de um signo visual, de nível simbólico, que represente a UNAPI, conciliando as ideias dadas pelo briefing, tendo como finalidade qualificar visualmente o Programa de Extensão, para que possa ser representado de maneira satisfatória e cumpra seu propósito junto à comunidade. Para tanto, a metodologia de PEÓN (2009) foi utilizada durante o processo de criação, conforme será visto a seguir.

2. METODOLOGIA

PEÓN (2009, p. 8) salienta a importância da metodologia para o sucesso de um projeto de identidade visual: “É a metodologia projetual que, se não garante necessariamente boas soluções [...], com certeza ajuda a organizar as tarefas necessárias a boas soluções” e ainda afirma que “[uma] metodologia é tão eficiente quanto mais fácil for sua aplicação.”

Propondo ser simples e de aplicação intuitiva, PEÓN (2009) apresenta 3 fases gerais para a criação de um sistema de identidade visual:

Fase A – Problematização: nesta fase inicial, investiga-se toda situação do projeto, a fim de descobrir as necessidades do cliente e seu público-alvo. Nada é produzido, porém é uma fase essencial de organização.

Fase B – Concepção: é a criação da identidade visual em si. É subdividida em 5 partes, sendo elas:

1. Geração de alternativas: diversas soluções possíveis são geradas, que podem ser agrupadas de acordo com um “partido” comum, ou seja, a partir do critério de solução do problema;
2. Definição do partido: analisa-se os partidos e o com mais potencial para solucionar o projeto é escolhido para ser explorado;
3. Solução preliminar: uma alternativa do partido é elegida para servir de base para a solução;
4. Validações: submete-se a solução preliminar à validação de alguns potenciais usuários;
5. Solução: últimos aperfeiçoamentos e defesa do projeto.

Fase C – Especificação: a fase final consiste no desenvolvimento do Manual de identidade visual, que especifica como a identidade deve e não deve ser utilizada.

Tomando esta metodologia como referência, mesmo que não seguida à risca, o projeto a seguir foi possível de ser realizado.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O primeiro passo no processo de criação do signo gráfico UNAPI – ou seja, a Problematização – foi pesquisar sobre a UNAPI em si, para entender melhor o projeto, sua atuação e público-alvo, além de encontrar os materiais gráficos prévios, para familiarizar-me com o que já foi feito e decidir se poderia retirar elementos deles, tais como tipografias e cores recorrentes, ou trazer apenas componentes composicionais novos.

Desde meu primeiro contato com o cliente, algumas ideias sobre o logo foram apresentadas, com ênfase no requerimento da utilização da árvore da vida como símbolo. A árvore da vida está presente no simbolismo de numerosas culturas e “oferece uma perfeita alegoria da jornada do indivíduo: do nascimento (a semente) e estabelecimento de raízes firmes no solo, até o crescimento rumo ao sol, frutificando e renascendo em futuras gerações” (LINDA BELA, 2018). No caso da identidade da UNAPI, também a interpretamos representando as conexões feitas durante a vida.

A partir disso, busquei referências, tanto diretas da ideia solicitada quanto de similares, ou seja, quaisquer identidades visuais de empresas ou projetos cujo público alvo também são idosos. Buscando sintetizar as diversas visualidades ligadas ao projeto, optei como ferramenta a utilização de *moodboards*, “compilação de elementos visuais com o intuito de estimular a comunicação e o desenvolvimento no processo de design” (MCDONAGH E DENTON, 2004, *apud* FEDERIZZI *et al.*, 2014, p. 3). Estes quadros de inspiração incluem os mais variados elementos, como imagens, texturas, desenhos, tipografias, cores, etc. Criei *moodboards* com imagens dos dois caminhos referenciais para a marca, a do conceito árvore da vida e de marcas similares, tentando extrair delas elementos formais e conceituais para a marca. Dos similares, retirei cores e tipografias, enquanto elegi uma das imagens de árvore da vida como referência formal/icônica para o desenho desse símbolo.



Figuras 1 e 2 – Moodboards criadas para o projeto. À esquerda, referências da árvore da vida. À direita, referências de marcas de similares. Fonte: a autora.

A partir de tal imagem (a árvore azul no centro inferior da primeira moodboard), primeiro desenhei livremente no programa Adobe Illustrator todas as linhas presentes, e acabei notando o quão irregular e confuso o desenho original é. Mesmo assim, utilizei este emaranhado de linhas como base, editando cada linha a fim de formar um entrelaçado coerente e limpo, simplificando o máximo possível, devido à complexidade original que não se adequaria às reduções, por exemplo, ao mesmo tempo que ainda mantendo a ideia de ligação e ciclo da árvore da vida.

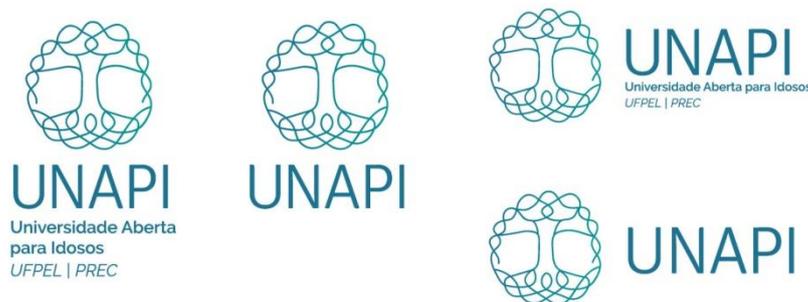


Figura 3 – Logotipo finalizado em versões vertical e horizontal, com e sem atividade-fim. Fonte: a autora

Para a tipografia, foi identificada nas referências de similares a tendência de utilização de tipografias sem serifa, apesar da serifa ser representante de tradição e seriedade, uma vez que “[as] letras têm caráter, espírito e personalidade” (BRINGHURST, 2005, p. 112) e estas são características geralmente ligadas a idosos. Em “UNAPI”, a fonte Signika Negative Light foi adotada por ser levemente arredondada, o que remete aos traços arredondados do símbolo e une os dois elementos. Já a tipografia de apoio, Raleway, utilizada em “Universidade Aberta para Idosos” e em “UFPEL | PREC”, também é sem serifa e promove alta legibilidade, com a diferenciação de pesos (semi-negrito e itálico) reforçando a diferença nos níveis de informação.

Também vinda das referências, a cor azul foi elegida por transmitir harmonia, seriedade e renovação, bem como ser a cor institucional da UFPEL. Em seguida, foi incluída uma gama maior de variações cromáticas a pedido do cliente.

O projeto deu-se por terminado algumas etapas antes do que apresentado na metodologia de Peón, uma vez que o objetivo não era desenvolver um sistema de identidade visual completo, pois isso englobaria aplicações e a criação de um manual de identidade, o que estava fora do escopo do projeto.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o propósito de divulgar o trabalho dos bolsistas em Design do Núcleo de Ação e Difusão Cultural da PREC, foi apresentado o processo de criação de uma identidade visual. Este projeto, bem como outros realizados em minha participação na PREC, promove engrandecimento de repertório profissional e pessoal, aprimoramento técnico e a oportunidade de contribuição aos Programas de Extensão tão importantes à comunidade, que mostram o caráter social da Universidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

PÉON, Maria Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. 4ª edição. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. 3ª edição. São Paulo: Cosac Naify, 2005

Artigo

FEDERIZZI, Carla Link; HALPERN, Marcelo; MACHADO, Taís Lagranha; GERENDA, Felipe. **O MOODBOARD COMO FERRAMENTA METAPROJETUAL: UM ESTUDO SOBRE O CASO SMART!**, p. 1101-1112 . In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2k8rIPa>>. Acesso em: 10 set. 2019.

Documento eletrônico

LINDA BELA. **Árvore da Vida: conheça seu significado**. Linda Bela. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2lFHhhL>>. Acesso em: 10 set. 2019.

PROJETO DE EXTENSÃO: A CIÊNCIA EM SI

DIEGO PLAMER¹; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM²

¹Universidade Federal de Pelotas – diegolarrossa@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – ricardozifi@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

“A ciência em si” é um projeto de extensão que divulga pesquisas científicas dos professores pesquisadores da Universidade Federal de Pelotas. Trata-se de um programa semanal, que vai ao ar na Rádio Federal FM107,9 e também na web. Tem duração média de uma hora e tem como objetivo deixar a comunidade mais próxima das pesquisas científicas realizadas na UFPEL e seu impacto na sociedade pelotense e também mundial.

Uma das grandes preocupações do projeto, que pensamos no desenvolvimento dos programas e do modelo que criaríamos para as conversas com os pesquisadores, é deixar a ciência e seus termos técnicos mais acessíveis para todo tipo de ouvinte. Além disso, produzir um programa mais leve com músicas no intervalo da conversa, faixas que são escolhidas com antecedência pelo professor entrevistado.

Nas palavras de Rubem Alves, em *O senso comum e a ciência*, quando as pessoas comuns pensam nas palavras “ciência” ou “cientista” o que vem à mente são imagens como: “(...) o gênio louco, que inventa coisas fantásticas; o tipo excêntrico, ex-cêntrico, fora do centro, manso, distraído; o indivíduo que pensa o tempo todo sobre fórmulas incompreensíveis ao comum dos mortais; alguém que fala com autoridade, que sabe sobre o que está falando, a quem os outros devem ouvir e... obedecer”. (ALVES, 1981). É justamente desses estereótipos que buscamos fugir na criação do programa, onde o pesquisador tem espaço para se revelar em sua humanidade, apresentar um pouco de sua vida pessoal, seus gostos e hobbies e compartilhar as suas músicas preferidas com os ouvintes. Com isso, buscamos criar, entre o pesquisador e o ouvinte, uma relação mais próxima, mostrando que o cientista e o leigo têm muito mais em comum do que geralmente pensamos.

A existência do projeto se torna ainda mais relevante quando olhamos os rumos que o governo brasileiro vem dando para à educação e especialmente aos pesquisadores e bolsistas que atuam no Brasil. Basta uma breve busca na internet para ter acesso às notícias dos infinitos cortes na CAPES e CNPQ. A CAPES anunciou neste início de setembro, o corte de mais 5.200 bolsas, para conseguir manter outras ativas. Com esse corte, já são 11.800 bolsas suspensas pela agência em 2019.

O estudo “Pesquisa no Brasil - Um relatório para a CAPES”, realizado pela empresa norte-americana Clarivate Analytics, apontou que 99% da produção científica brasileira é feita dentro das instituições públicas de ensino e que, das 20 que mais produzem ciência, 15 são federais. O relatório, referente ao período de 2011 a 2016, foi divulgado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), a partir da análise de 250 mil papers que fazem parte da base de dados internacional Web of Science.

Para Bueno, a valorização da ciência, da tecnologia e da inovação como um componente da cultura de uma sociedade passa necessariamente pela “difusão ampla e competente da pesquisa científica e tecnológica, com destaque à divulgação científica em suas múltiplas possibilidades e ao jornalismo científico”

(BUENO, 2014, p. 5). É dever do jornalismo incentivar e divulgar o trabalho que vem sendo feito nas universidades, sobretudo na UFPEL, para a comunidade.

A sociedade, inconscientemente, ao longo dos anos foi desacreditando na seriedade do que se faz dentro da Universidade. A verdade é que, muitas vezes, os trabalhos não são mostrados ao cidadão mais humilde da própria cidade onde a pesquisa foi feita. A televisão pouco mostra, e o governo atual faz de tudo para desmoralizar estudantes, professores e a comunidade acadêmica. Para quem não tem muito envolvimento com o assunto, investir em pesquisa é “um gasto desnecessário de recursos públicos.”

2. METODOLOGIA

A metodologia aplicada ao projeto envolve quatro passos: definição do perfil e estrutura do programa de rádio com o planejamento da produção e veiculação de cada episódio.

Na parte de realização do projeto, cada programa seguirá a seguinte metodologia: a) pré-produção, b) produção e c) pós-produção.

a) Na pré-produção: define-se a pauta e a fonte a ser entrevistada, encaminha-se o convite à fonte para a entrevista e se solicita do entrevistado a relação de músicas ou do artista que serão executados no programa. Faz-se o levantamento de dados sobre a pesquisa e sobre o entrevistado, e agenda-se a gravação da entrevista.

b) Produção: com base nos dados colhidos e na relação das músicas a serem executadas, preparaM-se as questões da entrevista e o pré-roteiro do programa. Em seguida, grava-se a entrevista no estúdio da Rádio Federal. Depois de gravada, a entrevista é editada, e o programa, finalizado com a inserção das músicas indicadas pelo entrevistado e com a gravação da abertura e do encerramento, fechando-se o arquivo em formato compatível para veiculação na Rádio Federal e na web.

c) Pós-produção: consiste na veiculação do programa, avaliação do processo de produção e interações com os ouvintes por meio das redes sociais, quando for o caso.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto teve início em maio. Desde então, gravamos um episódio (piloto) e concluímos as duas primeiras etapas do processo. A partir disso, fez-se a avaliação do primeiro programa e se definiram os ajustes. Em seguida, iniciamos o agendamento das próximas entrevistas. Após concluir a produção de pelo menos seis entrevistas, vamos começar a veicular na Rádio Federal e na Web.

A parte mais complicada do processo é a da edição de cada episódio. Exige domínio de um programa específico de edição de áudio para inserir as músicas e trilhas e algumas sonoras com explicações sobre termos mais complexos que o pesquisador tenha utilizado durante a conversa. Tem algumas entrevistas marcadas com professores das mais diferentes áreas de pesquisa da UFPEL e seu levantamento de perfil prévio já concluído.

O projeto e seus colaboradores, trabalham nos estúdios da Rádio Federal FM, uma rádio educativa, ligada à UFPEL. Lá, tem à disposição equipamentos de muita qualidade, espaço para discussões e gravações dos programas, além de auxílio dos técnicos. A estrutura é excelente e possibilita produzir um conteúdo de qualidade. Além disso, dá conforto e liberdade para entrevistadores e entrevistados.

A cada contato com pesquisadores, entrevistas e levantamento de perfil, é um novo aprendizado e um novo obstáculo para entender e compreender os mais variados assuntos, com especialistas renomados no ramo e termos científicos que não fazem parte do dia-a-dia de quem não trabalha nem estuda no meio.

Para quem estuda jornalismo, é um aprendizado mútuo, troca de experiências e um novo desafio a cada dia, tanto em termos teóricos, para saber como lidar em um entrevista como, também, na parte técnica, para preparar perguntas, postura, produção e divulgação da entrevista.

Trabalhar no projeto e ter contato com tantos profissionais da Universidade é uma experiência importante no desenvolver da atividade jornalística. Contornar os desafios de produzir o programa a “A ciência em Si” faz do colaborador um tanto mais preparado para o curso e futuramente para o mercado de trabalho.

O contato com a comunidade é importante para o estudante assim como a divulgação das pesquisas é importante para o pesquisador. Fazer esse meio de campo entre a sociedade pelotense e os especialistas, por um meio tão popular como a rádio, é uma atividade que requer coragem e atitude, paixão pela comunicação e entender a importância que tem o trabalho científico feito nas Instituições Federais do País.

4. CONCLUSÕES

Pode-se dizer que o projeto “A ciência em si” é inovador na Rádio Federal FM. Por mais que tenha em sua programação espaço para todo tipo de conteúdo, podemos afirmar que é o primeiro programa que divulga ciência nas ondas da 107,9. Dá ao estudante a oportunidade de ter experiência com fontes, entrevistas e um tema pouco abordado na academia. Também contribui para que os entrevistados tenham seu trabalho divulgado em uma rádio educativa de boa audiência na cidade. É uma troca de conhecimentos entre jornalista e pesquisadores, assim como uma aprendizagem para todos os envolvidos.

Baseado nos estudos feitos, análise de conteúdo e proposta do projeto, podemos concluir que “A ciência em Si” tem um grande potencial de crescimento de apreciadores na cidade de Pelotas. Um projeto interessante, necessário e que rende para todos os envolvidos: traz ganhos em experiência, reconhecimento e espaço para atuação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Rubem Azevedo. **Filosofia da Ciência**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

PROJETO: #LIVECOMFABRÍCIO - USO DE REDES SOCIAIS VIRTUAIS PARA CAPACITAÇÃO NA EDUCAÇÃO FÍSICA; SEGUNDO ANO DE TRABALHO

RAFAELA DE OLIVEIRA DAS NEVES¹; BRUNO NICANOR MELLO DA SILVA²;
FABRÍCIO BOSCOLO DEL VECCHIO³

1Universidade Federal de Pelotas – rafaelaideoliveiradasneves@gmail.com

2Universidade Federal de Pelotas – brunonmellodasilva@gmail.com

3Universidade Federal de Pelotas – fabricioboscolo@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A inclusão digital é entendida como um processo dinâmico que permite ao indivíduo ter acesso à informação por meio de artefatos tecnológicos (DEMO, 2005), dentre as tecnologias disponíveis para a busca de informações, destaca-se a internet, uma vez que esta tecnologia permite obter informações de forma fácil, rápida, em qualquer local e horário (CAVALCANTE et al, 2017). Atualmente, a capacitação profissional e o processo de aprendizagem tem se dado a partir de diferentes iniciativas, destaca-se o uso de atividades virtuais como cursos de capacitação online, videoaulas via internet (Khan Academy), o constante desenvolvimento dos cursos de Ensino a Distância, aplicativos (DuoLingo) e etc. Neste sentido, o uso de redes sociais virtuais tem sido frequente entre profissionais, com diferentes objetivos, há um direcionamento de redes ao meio profissional, como ResearchGate e LinkedIn, e redes sociais mais informais, porém também utilizadas como instrumento do mercado de trabalho (FILHO, 2003), como Facebook e Instagram. Deste modo, estas duas últimas apresentam elevada penetração social e participação populacional, tendo elevados números de utilizadores (DUGGAN; BRENNER, 2013).

Atualmente há diversos canais sobre musculação e exercício físico no YouTube, além de diversas páginas no Instagram e Facebook, e esta procura por espaço, provavelmente devido à possibilidade de visibilidade e rentabilidade financeira (FILHO, 2003) neste meio tende a influenciar problemáticas envolvendo a correta transferência de conhecimento e de achados científicos, bem como a criação de estereotipagens e demais possíveis prejuízos dos auto denominados “digitais influencers”. Estes, por vezes, apresentam falhas em suas formações intelectuais para assumir tal papel (JESUS, 2017), fato que tem sido apresentado em noticiários atuais, com frequentes escândalos envolvendo pseudociência ou mau uso da mesma (TASHNER, 2018). Deste modo, torna-se relevante buscar intervir neste meio, de forma a divulgar conteúdos com respaldo científico avaliado por profissionais da área.

Neste cenário, o objetivo do presente projeto de extensão é proporcionar ações de capacitação profissional via vídeo aulas online para estudantes e profissionais de Educação Física. Os procedimentos metodológicos envolvem encontros semanais, sempre às quartas-feiras, às 22h30, nos quais são apresentados temas relativos à Educação Física, Ciência e atuação profissional. O público alvo é constituído por pessoas relacionadas à área de Educação Física, ou com interesse na temática. Além de transmissões ao vivo, as videoaulas são disponibilizadas em plataforma *mainstream* (YouTube) para acesso contínuo e permanente. A abrangência é internacional, sem limites ou fronteiras de tempo e

espaço (CASTRO, 2006) e objetiva disseminar conhecimento científico que possa vir a contribuir com a sociedade.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

O projeto intitulado “#LiveComFabricio - Uso de redes sociais virtuais para capacitação na Educação Física” busca envolver encontros semanais, sempre às quartas-feiras às 22h30, nos quais são apresentados temas relativos à educação física, ciência e atuação profissional. As atividades são conduzidas por professor doutor, lotado na ESEF/UFPEL, com transmissão online com uso de telefone celular (Samsung Note 8) e de tablete (iPad Air). A atividade recebe suporte de alunos de graduação da unidade, bem como de profissionais externos à UFPEL, no processo de identificar temas de interesse e tópicos a serem desenvolvidos nas videoaulas. O público alvo é constituído por pessoas que apresentam interesse na temática da Educação Física, sob níveis acadêmicos, de curiosidade ou quaisquer outros. Além de transmissões ao vivo, as videoaulas são disponibilizadas em plataforma *Mainstream* (YouTube) para acesso contínuo e permanente (CARVALHO, 2016). A abrangência é internacional, sem limites ou fronteiras de tempo e espaço. Como no ano anterior, estima-se que tenha se conseguido manter participação, por aula, de aproximadamente 400 a 700 pessoas, com diferentes interesses e níveis acadêmicos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Subsequentemente ao emprego de medidas de divulgação científica criteriosa, o canal no YouTube (Figura 1) se manteve com 3.9 mil inscritos, tendo agora 25 vídeo aulas disponíveis, cinco mais que anteriormente, sendo que em Setembro do ano anterior haviam sido registradas 38 mil visualizações e, no presente momento, o número de visualizações alcança 68 mil. As aulas trazem conteúdos diversos e são estruturadas para o público em geral, não somente acadêmicos. Com isso, se fornece à comunidade o acesso a informações produzidas dentro do âmbito acadêmico, possibilitando livre e viabilizado contato do que é produzido nas universidades sob a área da Educação Física para com a sociedade imersa, em parte, em ambiente paulatinamente informativo (DEMO, 2005), porém com baixos níveis de ponderação e variados conflitos de interesse (HINERASKY, 2014).

Além disso, sugere-se que a cada aula através de transmissão ao vivo nas redes sociais do Instagram (Figura 2) e Facebook, aproximadamente 400 até 700 pessoas se mantenham acompanhando durante o horário estipulado. Nesse sentido, também se faz uso contínuo de redes sociais para fornecer subsídio teórico sobre temas recentes e frequentemente envoltos em polêmicas e confusão no ambiente informal destas redes, sendo assim, buscou-se constantemente introduzir assuntos relacionados a Educação Física, ciência e a área da saúde. Nestas redes, Instagram e Facebook, são 58.000 e 13.000 seguidores, respectivamente.

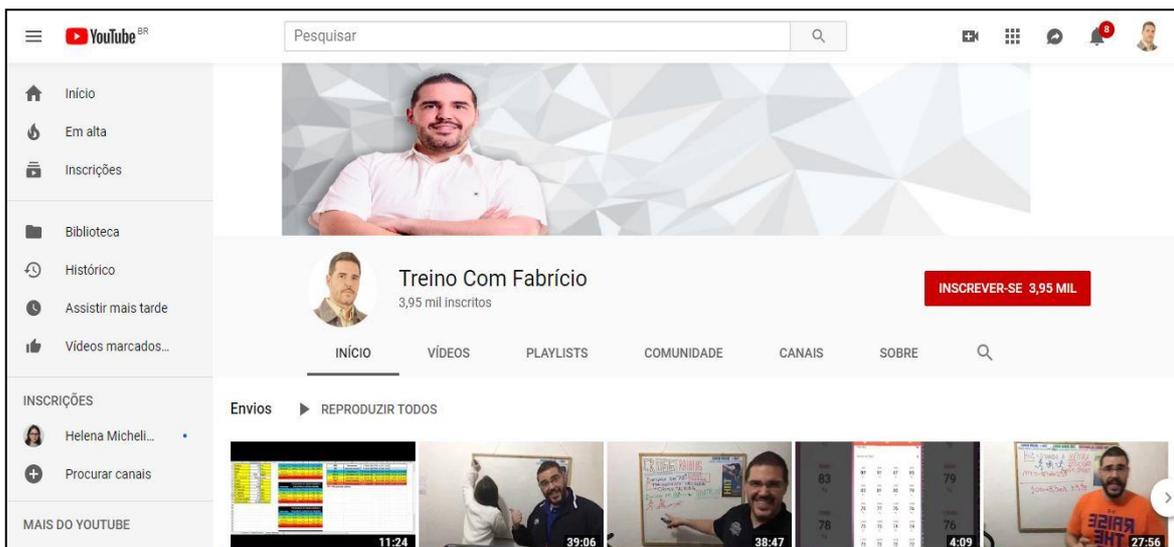


Figura 1. Landingpage do Canal Treino com Fabrício, no YouTube™



Figura 2. Printscren do perfil @fabricioboscolo, no qual ocorrem as Lives.

4. CONCLUSÕES

Assim, mostra-se o impacto e o alcance do projeto realizado com o heterogêneo grupo de estudiosos da ESEF/UFPEL. Acreditamos que seja necessário que se façam presentes medidas de divulgação do conhecimento acadêmico, sendo ele desvinculado de interesses financeiros particulares, tendo em vista uma aproximação entre sociedade e Universidade. Isto precisa ser realizado através de todos possíveis meios. Todavia, este processo precisa conter estruturação e interpretação adequada, para então adentrar ao meio de qualquer pessoa interessada no assunto, buscando minimizar ao máximo o risco de poli interpretações, podendo assim de fato contribuir para a sociedade e com profissionais da área. Uma aparente plausível forma de disseminação do conteúdo se dá por meio de projetos via internet, com ampla abrangência e maior facilidade de acesso. Com isso, as *lives online* podem ser um importante veículo de comunicação, troca de experiências e contribuição social, oportunizando a todos um acesso mais próximo a educação.

5. REFERÊNCIAS

CARVALHO, M. C. **Divulgação Científica no YouTube: Narrativa e Cultura Participativa nos Canais Nerdologia e Peixe Babel 1**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo. **Anais**, 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/google-traca-panorama-doconsumo-de-video-na-interne>>. Acesso em: 10 set. 2018

CASTRO, R. C. F. Impacto da Internet no fluxo da comunicação científica em saúde. **Revista de Saúde Pública**, v. 40, n. spe, p. 57–63, ago. 2006

DUGGAN, M.; BRENNER, J. The Demographics of Social Media Users-2012. **Pew Research Center's Internet & American Life Project, 2013**, v. 14, p. 1–14, 2013.

TASHNER, N. P. O Cientista e a Síndrome de Cassandra. **Ciência e Cultura**, v.70, n. n, p. 1–2, 2018.

CAVALCANTE, Ricardo Bezerra et al. Inclusão digital e uso de tecnologias de Informação: a saúde do adolescente em foco. **Perspect. Ciênc. Inf.** Belo Horizonte, v.22, n.4, p.3-21, Dec. 2017.

Jesus, Diego. "“VEM, MONSTRO !”: SUPLEMENTAÇÃO ALIMENTAR E MASCULINIDADE HEGEMÔNICA EM PERFIS DE HOMENS FITNESS NO INSTAGRAM." *Recorde: Revista de História do Esporte* , 10.2 (2017): sem paginação Web. 11 Set. 2019

COSTA, Luciana Ferreira da et al. O uso de mídias sociais por revistas científicas da área da Ciência da Informação para ações de marketing digital. **Revista ACB**, [S.l.], v. 21, n. 2, p. 338-358, set. 2016. ISSN 1414-0594. Disponível em: <<https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1159>>. Acesso em: 11 set. 2019.

SOUZA, Tiago Barbosa; MOURÃO, Maria Iara Zilda Návea da Silva. Ensinar francês por dispositivos móveis: uma experiência com Duolingo e WhatsApp / Teaching French by mobile devices: an experience with Duolingo and WhatsApp. **Texto Livre: Linguagem e Tecnologia**, [S.l.], v. 10, n. 2, p. 206-219, dez. 2017. ISSN 1983-3652. Disponível em: <<http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/12478>>. Acesso em: 11 set. 2019. doi:<http://dx.doi.org/10.17851/1983-3652.10.2.206-219>.

DEMO, P. Inclusão digital: cada vez mais no centro da inclusão social. *Inclusão Social*, Brasília, DF, v. 1, n. 1, p. 36-38, out./mar. 2005. Disponível em: <<http://www.ibict.br/revistainclusaosocial/viewarticle.php?id=4>>. Acesso em: 27 jul. 2011

FILHO, ANTONIO. Os Três Pilares da Inclusão Digital. **REVISTA ESPAÇO ACADEMICO**, MARINGÁ, p. 1-3, 11 set. 2019.

A INTERDISCIPLINARIDADE NA ASSISTÊNCIA AOS MUNICÍPIOS DA ZONA SUL: PROJETO BARRACA DA SAÚDE

JESSICA CRISTINA ALVES¹; MICHELE MANDAGARA DE OLIVEIRA²; GABRIEL MOURA PEREIRA³; JÉSSICA MOREIRA LOPES DE SOUSA⁴; FELIPE FEHLBERG HERRMANN⁵

¹Universidade Federal de Pelotas – jessicaalves9715@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – mandagara@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – gabriel_mourap_@hotmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – jessica_moreira_lopes@hotmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – herrmann.ufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade social nenhuma esfera consegue ser operada devidamente se for considerada como autônoma e independente, todas as partes que constituem o todo precisam estar em harmonia para que assim a coletividade formada consiga se estabelecer, avançando hegemônica e exponencialmente. Assim, dois setores muito importantes, a sociedade e a universidade, trabalham em conjunto em prol do desenvolvimento na formação de laços de aprendizados, chamados de Extensão Universitária.

A finalidade dos projetos de extensão universitários, segundo MENDONÇA e SILVA (2002) é estender o processo educacional, cultural e científico, no qual se estabelece a relação entre Universidade e Comunidade, de modo que informações sobre diversas questões sociais sejam transmitidas à população. Poucos são aqueles que têm acesso aos conhecimentos adquiridos dentro do meio acadêmico, por isso é necessária a democratização dos saberes, do acesso a estes e do redimensionamento da função social que a universidade possui, principalmente se esta for do setor público.

Devido a isto, a Universidade Federal de Pelotas possui diversos projetos de extensão que visam a aproximação da comunidade e a troca de conhecimentos e experiências entre os alunos e os cidadãos, não somente da cidade de Pelotas, mas também da região que a cerca, como é o caso do Programa de Desenvolvimento Social dos Municípios da Zona Sul.

O programa articula ações das oito áreas da extensão, como educação, cultura, comunicação, trabalho e geração de renda, meio ambiente, saúde, direitos humanos e tecnologia, com ações de ensino e pesquisa desenvolvidos pela UFPel, promovendo a interdisciplinaridade a partir do desenvolvimento de atividades voltadas a atender as demandas dos municípios associados à Azonasul – Associação dos Municípios da Zona Sul. Isto através de projetos extensionistas associados, como é o caso do Barraca da Saúde, o qual será o enfoque deste trabalho.

O Projeto de Extensão Barraca da Saúde oferece assistência à saúde, física, psicológica e ambiental, em benefício da comunidade de Pelotas e região, para isto trabalha com diversos cursos em diferentes áreas, como Biológicas, Saúde, Comunicação, Exatas e Humanas.

O objetivo deste trabalho, por fim, é relatar como a interdisciplinaridade promovida pelo Projeto de Extensão Barraca da Saúde têm colaborado no atendimentos das comunidades beneficiadas, que muitas vezes não possuem acesso adequado às informações e auxílios que a equipe extensionista atuante as leva, apresentando os resultados obtidos da relação entre Universidade e

Sociedade e evidenciando a multidisciplinaridade aplicada pelos alunos extensionistas de modo a atender as necessidades da população.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho consiste em um relato de experiências acerca da utilização da multi e interdisciplinaridade na assistência ao desenvolvimento social dos municípios da Azonasul por meio do projeto adjacente Barraca da Saúde.

Durante o período de atuação do programa, diversos alunos, voluntários e bolsistas, relacionados ao projeto realizaram atividades em benefício da comunidade, auxiliando a mesma em seu âmbito social, cultural e em seu desenvolvimento. Atualmente o projeto conta com 134 alunos e 15 cursos, sendo eles: Enfermagem, Nutrição, Psicologia, Medicina, Terapia Ocupacional, Jornalismo, Educação Física (bacharelado e licenciatura), Farmácia, Engenharia Geológica, Odontologia, Medicina Veterinária, Física Licenciatura, Química Licenciatura e Engenharia Hídrica.

Na execução do trabalho prestado aos cidadãos, cuja finalidade é a melhoria na qualidade de vida dessas pessoas, a extensão, enquanto responsabilidade social, faz parte de uma nova cultura que está ocasionando a maior e mais importante mudança registrada no universo acadêmico e corporativo nos últimos anos (CARBONARI; PEREIRA, 2007, p. 27).

Com o propósito de divulgar e incentivar a prática extensionista, o projeto, desde seu início, trabalhou em parceria com a plataforma de notícias do curso de jornalismo da UFPel – Em Pauta Web, parceria esta proporcionada pela participação voluntária de estudantes do curso de jornalismo, que acompanharam todas as ações e as noticiaram na página informacional. Deste modo, a parceria fez com que se tornasse possível o registro de todas as ações e atividades que os cursos vêm desenvolvendo ao longo da vigência do projeto. À vista disso, o objetivo deste trabalho se dá por relatar os benefícios que a interdisciplinaridade vêm trazendo à comunidade e apresentar os diferentes trabalhos desenvolvidos pelos cursos participantes, destacando os benefícios que a interdisciplinaridade gerou para a população assistida.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O propósito do projeto tem por diretrizes trabalhar com assistência a saúde, educação em saúde e capacitação de profissionais. Este fato abre aos atuantes do projeto um leque de opções, onde alunos de diversos cursos podem utilizar dos conhecimentos que adquirem no meio acadêmico para atender as diferentes necessidades da comunidade.

Com isso, além de atendimentos em saúde realizados pelos voluntários de cursos relacionados às ciências da saúde, os alunos de áreas diferenciadas também realizam a troca de saberes com a população por meio de ações diferenciadas como rodas de conversa, atividades participativas e palestras sobre assuntos evidentes em cada realidade visitada.

Os alunos de Enfermagem, Medicina e Farmácia realizaram assistências em saúde, como aferição de pressão, realização de testes rápidos e também proporcionam palestras participativas sobre plantas medicinais, educação sexual e substâncias psicoativas. O viés de atuação destas áreas está relacionado ao tipo de evento que o projeto estará presente, como este varia entre realizações

comemorativas dos municípios e visitas em escolas, os voluntários adéquam cada metodologia com o tipo de público que será presente.

Os alunos de Odontologia, Nutrição e Medicina Veterinária realizaram avaliações odontológicas, nutritivas e veterinárias ou ministram orientações acerca da saúde bucal, como cultivar a prática de uma alimentação saudável e medidas preventivas e orientadoras sobre animais peçonhentos.

Os alunos de Engenharia Geológica, Engenharia Hídrica, Física Licenciatura, Química Licenciatura e Educação Física (licenciatura e bacharelado) ministram orientações às comunidades sobre agricultura urbana, animais peçonhentos, doenças transmitidas pela água e solo, experimentos científicos químicos e físicos direcionados, principalmente, ao público infanto-juvenil e indicações de saúde por meio de atividades físicas.

Os alunos de Psicologia e Terapia Ocupacional realizaram com a comunidade cuidados com a saúde psicológica, orientando acerca da depressão, ansiedade e outras doenças que muitas vezes são subestimadas e não tratadas, e também, para o público infantil, proporcionam atividades lúdicas em prol do desenvolvimento nas áreas da dicção, pensamento social e crítico e incentivo ao imaginário.

Os alunos de Jornalismo, por sua vez, realizaram a cobertura fotográfica e informacional acerca dos eventos ocorrentes, montando assim um banco de dados e divulgando para a comunidade o que a universidade vem produzindo e oferecendo para a assistência a esta.

Por fim, o projeto realizou a cobertura e registro de 19 eventos pelo portal Em Pauta Web em 2018/19, abrangendo, juntamente à equipe, a população da cidade de Pelotas e dos municípios pertencentes à Zona Sul.

4. CONCLUSÕES

A extensão universitária potencializada pela interdisciplinaridade como ferramenta, proporciona diversas experiências e conhecimentos para os alunos em formação e para a população que recebe o atendimento em diferentes áreas.

Cada curso da universidade possui uma metodologia e prática única, o trabalho em prol da assistência comunitária se torna diferenciado a partir do momento em que cada aluno tem algo de novo a oferecer.

Em tempos onde o ensino e a pesquisa estão em grande discussão devido a sua desvalorização, é importante que a universidade esteja trabalhando em conjunto, ainda mais que antes, a favor da comunidade, pois assim evidencia que o conhecimento adquirido nos espaços acadêmicos não deve limitar-se a estes, mas sim, deve ser utilizado para beneficiar a população e assim exercer seu dever para com a sociedade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MENDONÇA, S.G.L.; SILVA, P.S. **Extensão Universitária: Uma novarelacão com a administração pública. Extensão Universitária: açãocomunitária em universidades brasileiras.** São Paulo, v. 3, p. 29-44, 2002.

CARBONARI, M.E; PEREIRA, A. **A extensão universitária no Brasil, doassistencialismo à sustentabilidade,** Unicamp - São Paulo, p. 27, 2007.

EDUCAÇÃO POPULAR E EDUCOMUNICAÇÃO: CONSTRUINDO ILUSTRAÇÕES AUTORAIS

ISABELA MARIA SANTOS SILVA¹; BRUNA LETICIA DA SILVA BUENO²;
HELOISA HELENA DUVAL DE AZEVEDO³; ROSE ADRIANA ANDRADE DE
MIRANDA⁴

¹UFPEl – isabelamariassilva@gmail.com

²UFPEl – bruleticiab@gmail.com

³UFPEl - profa.heloisa.duval@gmail

⁴UFPEl – rosemiranda.educampoufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O Programa de Educação Tutorial – Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular - GAPE, desde 2016 firma parceria com o LAM – Laboratório Multilinguagens, através do projeto “Folclore e Educação” e com o Núcleo de Folclore – NUFOLK, todos da Universidade Federal de Pelotas – UFPEl. Juntos, vem desenvolvendo projetos e ações sobre literatura, cultura, folclore e educação inclusiva na formação de alunos e professores. Em 2019, essa produção conjunta se expande através da criação de personagens originais que pudessem se apresentar de forma mais pessoal para o diverso público com o qual o LAM dialoga.

Dentro da área da comunicação, a Educomunicação propõe a construção de um meio comunicativo próximo e colaborativo com a comunidade, com relação horizontal entre os envolvidos e produção de materiais interdisciplinares, a fim de ampliar o potencial comunicativo e expressivo dos indivíduos, dando-lhes voz em todos os momentos de sua formação. SOARES (2014), professor, comunicador e propulsor dessa vertente, define:

No caso, a Educomunicação dialoga com a Educação, tanto quanto com a Comunicação, ressaltando, por meio de projetos colaborativamente planejados, a importância de se rever os padrões teóricos e práticos pelas quais a comunicação se dá. Busca, desta forma, transformações sociais que priorizem, desde o processo de alfabetização, o exercício da expressão, tornando tal prática solidária fator de aprendizagem que amplie o número dos sujeitos sociais e políticos preocupados com o reconhecimento prático, no cotidiano da vida social, do direito universal à expressão e à comunicação. (SOARES, 2014, p. 24).

Também KAPLÚN (1984), que é considerado pioneiro dessa metodologia, construía ideias nessa perspectiva, promovendo o conceito de comunicação transformadora em oposição à comunicação bancária, de modo que “*La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un preceptor-recipiente que escucha, sino por dos seres o comunidades humanas que dialogan*” (KAPLÚN 1984, p.14). Esse pensamento se aproxima muito da proposta do PET GAPE, que trabalha na perspectiva da Educação Popular: “A Educação Popular procura construir uma relação dialógica entre educador e educando. O diálogo é o caminho para o conhecimento, pois, por meio dele, inicia-se a construção de vínculos mais verdadeiros entre as pessoas envolvidas” (PEREIRA & PEREIRA, 2010, p. 85). Desta forma, confluindo e investigando a realidade da comunidade, lutando para diminuir a desigualdade social e valorizando o conhecimento do povo. JAWSNICKER (2010, p.2) ressalta sobre a relação entre as mídias e o educador Paulo Freire, um dos pioneiros da Educação Popular:

A inserção dos meios de comunicação na escola remete ao conceito de uma pedagogia comunicacional, defendida pelo educador pernambucano Paulo Freire (2000), que considera as mídias e as relações com elas, estimulando um diálogo entre a escola e as linguagens midiáticas. Freire ressalta o caráter ‘problematizador’ deste diálogo, que propõe despertar no aluno a leitura do mundo, fazendo da educação um ato de aproximação com a realidade. A Educação é entendida, assim, como um processo de construção da consciência crítica, e a mídia como um canal capaz de despertar, nos jovens, o exercício de criticidade em relação aos fatos do cotidiano.

E é nesse contexto que a graduanda em Cinema de Animação e bolsista do PET GAPE, Isabela Maria, se insere para a criação dos materiais para essas parcerias.

Dito isso, esse trabalho surgiu a partir da necessidade da criação de três personagens para se aproximarem de três diferentes públicos nessas atividades. O primeiro para dialogar com os professores em formação, mas que também pudesse representar visualmente o LAM, sendo impresso nos materiais didáticos e originais que o Laboratório produz. Um para ser utilizado nos projetos desenvolvidos em conjunto com a UNATI (Universidade Aberta da Terceira Idade). E por fim, um para ser aplicado nos materiais produzidos no projeto “Folclore e Educação” que possui atividades pontuais e originais nessa vertente.

O projeto se encontra em fase de desenvolvimento, os personagens estão em processo de finalização e de aplicação nos materiais, de modo que posteriormente poderão receber sugestões e ajustes sobre quanto suas aparências e personalidades após o contato com o público.

2. METODOLOGIA

Foram realizados, primeiramente, estudos sobre o design desses personagens, para que eles se aproximem minimamente no contexto vivido pelas pessoas envolvidas e atingidas pelos projetos aqui apresentados, podendo se tornar mais íntimo dos mesmos. Nesse momento, deve ser pensado na forma, na cor, e nos elementos visuais essenciais, lembrados por OSTROWER (1983, p. 65):

Se fôssemos perguntar de quantos vocábulos se constitui a linguagem visual, de quantos elementos expressivos, a resposta seria: de cinco. São cinco apenas: a linha, a superfície, o volume, a luz e a cor. Com tão poucos elementos, e nem sempre reunidos, formulam-se todas as obras de arte, na imensa variedade de técnicas e estilos (...).

Pensando nisso, o primeiro personagem foi criado como personificação antropomórfica do logotipo do Laboratório, e será usado para apresentar a plataforma do projeto e para construção dos materiais didáticos. Para isso, foi importante se atentar nas cores e formas do logo, para que ele e o personagem possuíssem verossimilhança. Ele foi pensado como jovem adulto, para que pudesse dialogar com as crianças envolvidas com o Laboratório, bem como com os professores em formação, que são a grande parte do público do LAM, e que também acessam esse material.

A necessidade do segundo personagem surgiu a partir da aproximação do Laboratório Multilinguagem com a Universidade Aberta da Terceira Idade (UNATI), e será utilizado nos projetos desenvolvidos nessa parceria. Esse personagem foi carinhosamente apelidado de “Sr. Lifoso”. Seu design foi pensado para se aproximar dos alunos de terceira idade, cativando-os com um pouco de jovialidade. Na perspectiva da Educação Popular e da Educomunicação, inserir o idoso na

produção do material, é de extrema importância, assim como ressalta DOS SANTOS (2015, p.112):

A possibilidade de integrar os idosos nessa perspectiva educacional seria de forma mútua e traria resultados, pois, a idade que os idosos têm de querer aprender e principalmente de mostrar as pessoas, amigos, familiares o que eles aprendem, os instigam a querer mais e de como fazer. Através de sites, rádio online, blogs, e outros meios de mídias, que poderiam ser criados especialmente para estes idosos que estão em busca de conhecimento e interação com outras pessoas seria uma forma desta inclusão.

E por fim, um personagem para ser aplicado nos materiais produzidos no projeto “Folclore e Educação”. Esse personagem tinha um conceito aberto e amplo, permitindo total liberdade artística para a bolsista Isabela. Para se diferenciar das criações anteriores, essa personagem foi imaginada mulher negra, de modo que seus traços e aparência remetesse à professora Rose Miranda, criadora e coordenadora do projeto, como homenagem e representação.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como dito anteriormente, como consequência da criação destes personagens, inicia-se a etapa da construção de materiais didáticos interativos para serem distribuídos em vias impressas e virtuais, com o objetivo de alcançar o maior número de pessoas possível e propagar o conhecimento, como forma de retorno à comunidade.

Uma importante discussão levantada na etapa de criação das ilustrações foi sobre a importância de que os materiais passassem por sugestões e ajustes em relação a sua aparência após o contato com o público, principalmente em relação ao projeto desenvolvido para os alunos da UNATI. A construção de um personagem de terceira idade, assim como qualquer outra produção, deve ter sensibilidade e ser cautelosa em relação representativa, principalmente na perspectiva da Educação Popular. Por isso, a apresentação do “Sr. Lifoso” para a atual turma de alunos já está sendo organizada.

Outro resultado importante é que alguns personagens estão sendo criados para uso em animações e materiais audiovisuais do Laboratório, por isso, após sua construção visual, eles agora passam por um estudo de roteiro e dublagem, uma vez que o que vai ser dito e como vai ser dito tem enorme impacto na aproximação com o público, sendo ela direta ou indiretamente.

4. CONCLUSÕES

Para a produção desse trabalho, buscou-se inovar não somente na ilustração dos personagens, mas principalmente torná-los mais íntimos dentro da proposta com a qual foram criados, para que pudessem ter a identidade do Laboratório, do PET GAPE, das suas produções, e do público ao qual se destinam.

A elaboração de produtos originais não é uma tarefa simples, tampouco ausente de esforços. Com a execução deste projeto, a bolsista responsável pelo seu desenvolvimento pode expressar seu trabalho artístico autoral, ajudando não somente em sua formação e construção profissional, como também na produção de materiais que serão utilizados na formação de terceiros, de modo que a construção e a troca de saberes, bem como um contato mais íntimo com a comunidade são as grandes conquistas desta produção.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DOS SANTOS, J. O.; DA LUZ, V. C.; PAGOTTO, E. L. Resgate da autoestima na terceira idade por meio da inclusão digital. **Revista de Ciências Exatas e Tecnologia**, v. 7, n. 7, p. 107-121, 2015.

JAWSNICKER, C. Educomunicação: reflexões sobre teoria e prática. A experiência do Jornal do Santa Cruz. **Midiálogos Revista Científica de Comunicação**, n. 1, 2010.

KAPLÚN, M. Comunicación entre grupos – El método de cassette-foro. Bogotá: Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, 1984.

OSTROWER, F. **Universos da arte**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1983.

SOARES, I. O. Educomunicação e a Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação. **Comunicação & Educação**, Ano XIX. n.2, jul/dez 2014.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS EM PAUTA UFPEL: UM ESPAÇO ABERTO E COLETIVO

JÚLIA MÜLLER PEREIRA¹;
CARLOS ANDRÉ ECHENIQUE DOMINGUEZ²

¹ Universidade Federal de Pelotas – juliamullerr@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – cadredominguez@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão Em Pauta UFPEL é uma agência experimental de notícias do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), que atua como um laboratório aberto ao aprendizado da rotina de produção e o fazer jornalístico. Os estudantes e colaboradores produzem para o portal online (site) e as plataformas de mídias sociais (Twitter, Facebook e Instagram) de forma voluntária. Semanalmente, as reuniões de pauta reúnem as sugestões de pauta dos colaboradores, assim como ocorre nas redações jornalísticas dos veículos de comunicação, seja nos meios impressos, televisivos, radiofônicos ou online. O principal ramo de atuação é no formato de webjornalismo, na qual permite que os estudantes produzam conteúdos de modo a aplicar os conhecimentos adquiridos nas disciplinas do currículo do curso de graduação, formando um elo entre os aprendizados de sala de aula e as experiências práticas.

Segundo Canavilhas (2003) o webjornalismo pode explorar as potencialidades da internet, convergindo texto, imagem, som e vídeo, e, segundo Peruzzo (apud FERNANDES; DOMINGUEZ, 2017), a internet trouxe a prática democrática para mais perto das pessoas.

O material é dividido em editorias como Geral, publicando textos noticiosos de amplo interesse, como projetos sociais, atividades desenvolvidas por estudantes da UFPEL e conteúdos de interesse público. Na editoria de Cultura, faz-se a agenda cultural da Universidade e da cidade de Pelotas, integrando o jornalismo e colaborando com a difusão da cultura produzida na localidade. Outra editoria de destaque, a de Esportes, foca nos clubes de Pelotas, nos atletas da cidade, e nas atividades desportivas da Universidade.

Além disso, o Em Pauta estreou no segundo semestre de 2019 um programa radiofônico na Rádio Federal FM 107,9, veículo de comunicação vinculado a universidade. Ao vivo, o programa transmite todas as semanas reportagens em áudio e debates. Apresentado e produzido pelos alunos colaboradores, o programa serve como mais uma das plataformas para colaborar com os conhecimentos de prática jornalística na vivência do corpo discente atuante. No mesmo sentido, em consonância com as editorias do portal, os alunos produzem podcasts para as plataformas digitais, com assuntos diversos, como debates sobre cultura, esporte e resumos semanais de notícias.

O site é hospedado na plataforma de WordPress Institucional da UFPEL, acessível no endereço wp.ufpel.edu.br/empauta, onde são publicadas as matérias. Todos os conteúdos são divulgados pela página do Facebook (facebook.com/EmPautaUfpel), pelo Twitter (twitter.com/EmPautaWeb) e pelo Instagram (instagram.com/EmPautaWeb).

No mundo contemporâneo, a veiculação da informação passa fundamentalmente pela internet, e as mídias digitais se tornam a principal ferramenta de acesso às notícias e informações. Em um período em que a ampla

divulgação das chamadas fake news põem em risco as democracias pelo mundo, a produção de um conteúdo jornalístico alternativo aos meios de comunicação de massa é fundamental para a produção de notícias que não aparecem nos grandes noticiários, e permite um vínculo ao local em que se produz a notícia. A comunidade, assim sendo, está ativamente sendo representada pelos olhares e narrativas dos colaboradores.

O projeto Em Pauta trabalha com a ideia do fazer jornalístico como um espaço aberto e coletivo, voltado para o pensamento, o questionamento, a reflexão e a análise do jornalismo. Permite que o estudante de jornalismo saia do enclausuramento do ambiente acadêmico e produza conteúdo junto a sua comunidade. O ambiente de intercâmbio cultural permitido pela Universidade, com estudantes de diversas regiões do país e de cidades vizinhas a Pelotas se reflete na produção de um conteúdo plural, com vários “sotaques”.

O público-alvo é, fundamentalmente, a comunidade de Pelotas, formada por essa multiplicidade de culturas e saberes, e, em especial, a comunidade da Universidade Federal de Pelotas, composta por seus alunos, professores e funcionários.

2. METODOLOGIA

As reuniões de pauta semanais são o principal encontro entre os colaboradores do projeto, momento em que são delegadas as funções, discutidas as a produção das semana anterior e debatidas as ideias e sugestões. As matérias são produzidas principalmente por alunos voluntários, alunos matriculados nas disciplinas de Práticas Laboratoriais ofertadas pelo curso, como redatores, e alunos em Estágio Obrigatório, como editores. Os redatores enviam suas matérias por e-mail para os editores, que fazem as devidas correções e apuração e encaminham para o bolsista, que é encarregado de fazer a publicação no site e nas redes sociais.

Além disso, atividades também são coordenadas por meio de um grupo no Facebook, em que se pode discutir ações mais urgentes e debater pautas, servindo como um meio alternativo para o diálogo entre os participantes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre janeiro e agosto de 2019, foram publicadas 225 matérias no site principal, além de ter sido feita uma cobertura em tempo real das mobilizações contra o contingenciamento de verbas das universidades e institutos federais. Tanto os atos como as assembleias e debates foram pauta nas plataformas online, como as redes sociais e o site. Também neste ano, começaram a ser feitos esforços para ampliar o uso de formatos de comunicação além do webjornalismo. O programa de rádio do Em Pauta passou a ser veiculado com esse desejo, além de ampliar o alcance da universidade a comunidade. A produção de podcasts iniciou ainda em 2018, sendo fortificada em 2019. Ao longo dos oito primeiros meses do ano, 15 programas foram veiculados.

A produção, cada vez mais, adota os formatos multiplataforma dos grandes veículos de comunicação. Os redatores foram incentivados a produzir vídeos, galerias de imagem e reportagens em áudio. Também foram adotados outros recursos, como as histórias do Instagram para divulgação das matérias e coberturas ao vivo, seguindo o modelo de grandes jornais e sites de notícia do mundo, como a GaúchaZH (PURCINO, 2017), um dos maiores veículos de comunicação do Rio Grande do Sul.

Em maio, uma parte dos colaboradores participou de um mini-curso de fact-checking ofertado pelo Centro Acadêmico Patrícia Galvão - representação discente do curso de Jornalismo -, em parceria com o Em Pauta. O aprendizado serviu para que os colaboradores estejam aprendam técnicas de apuração de informações.

Dentre as formas de apurar resultados quanto aos conteúdos publicados, pode-se observar as métricas do plataforma WordPress e os números nas redes sociais. No período entre janeiro e agosto de 2019, por exemplo, o site principal teve 115.170 acessos, com uma média de 470 acessos diários no mesmo período. Em comparação ao ano anterior, a plataforma recebeu um aumento de 54.269 acessos.

4. CONCLUSÕES

O projeto Em Pauta UFPel é de vital importância para o curso de jornalismo. Por meio dele, os estudantes podem aplicar seus conhecimentos na prática, de forma experimental, dispondo do Laboratório de Webjornalismo e dos equipamentos e apoio dos técnicos de audiovisual do curso.

Com o Em Pauta os estudantes conseguem “experimentar” a profissão antes de serem postos no mercado de trabalho. Projetos de extensão da Universidade na área da comunicação são instrumentos de vital importância para o aprendizado do aluno, pois além de propiciar que se ponha em prática os conhecimentos da curso, o põe em contato direto com a comunidade, possibilitando um intercâmbio entre o conhecimento acadêmico e o conhecimento popular.

Além disso, o projeto exerce uma função de integrar o curso à comunidade, possibilitando que, em associação às disciplinas do curso, o aluno possa refletir acerca da função social do jornalismo e do uso da comunicação como ferramenta de fortalecimento da democracia.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

FERNANDES, A.M.O.; DOMINGUEZ, C.A.E. Agência de notícias Em Pauta UFPel: a comunicação alternativa feita por estudantes de jornalismo. **CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA**, 4., Pelotas, 2017, Anais... Pelotas: Ed. da UFPel, 2018. p. 15.

PURCINO, A.F.P. **Jornalismo móvel: o uso do Instagram Stories pelo portal de notícias GaúchaZH.** 2017. 89 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em jornalismo) - Curso de comunicação social: habilitação em jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO: AGÊNCIA EXPERIMENTAL DO JORNALISMO UFPEL

LUMA RAMOS DA COSTA¹; NATALIA QUINTAS; MARINA PINTO TOMAZ;
GABRIEL HENRIQUES; RUI GLESSANDER OLEIRO VASCONCELOS JÚNIOR²;
MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO³

¹Universidade Federal de Pelotas1 – lumaramosdacosta@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – nataliaqalmeida@gmail.com; marinatomaz40@gmail.com;
gabrielhgraciano@gmail.com; theruijr@hotmail.com

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

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho descreve o processo de implantação da Marte Agência de Conteúdo, agência experimental dos alunos do curso de Bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) na forma de projeto de extensão. A seguir são apresentadas as produções desenvolvidas para a comunicação institucional da agência e apresentação da mesma para as comunidades acadêmica e externa. De forma geral, foram aplicados conhecimentos da grande área da Comunicação Social para além do Jornalismo nos produtos apresentados.

O curso de Jornalismo oferece condições aos alunos de estabelecerem seus próprios percursos de formação nas quatro áreas elementares de atuação no jornalismo: impresso, rádio, televisão e web. No entanto, a prática nas áreas de assessoria de imprensa e produção de conteúdo faz falta no currículo dos futuros profissionais que possivelmente preencherão tais vagas e que, muitas vezes, já estagiam nelas durante a graduação. É no intuito de preencher o “nicho” nas ditas áreas que, com a supervisão de professores do curso devidamente capacitados, propôs-se a implantação da agência experimental de conteúdo.

A Marte Agência de Conteúdo é a agência experimental idealizada por estudantes do curso de Jornalismo da UFPEL. Ela toma a forma de projeto de extensão e tem como visão se tornar referência na sua área de atuação na região. Além disso, o curso de Jornalismo em caráter presencial só é oferecido na região sul pela Universidade Federal de Pelotas. O surgimento e a consolidação

da agência experimental trariam para a região o reconhecimento dessas outras áreas não tradicionalmente relacionadas ao jornalismo.

Diante do atendimento da tríade universitária (ensino, pesquisa e extensão), o projeto em questão objetiva a implantação da agência experimental de comunicação, vinculada ao Centro de Letras e Comunicação (CLC) da UFPEL, entendendo-a como um laboratório para atividades práticas voltadas para as áreas do curso de Jornalismo, que fornecerá serviços de qualidade à comunidade e capacitará os alunos nas habilidades e competências exigidas pelo mercado no qual serão inseridos em breve.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para o presente trabalho tem como base o estudo de caso, uma vez que serão apresentados os processos desenvolvidos para produção de conteúdo de uso interno e processos de organização da agência experimental. Também serão analisadas ações de responsabilidade da Marte que, como parceira, atuou em eventos acadêmicos da universidade, nos quais os membros da agência realizaram o papel de organizadores e coordenadores.

De acordo com Yin (2001, p. 19), o estudo de caso “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real [...]”. Ainda segundo o autor, a metodologia tem como aplicações as seguintes: explicar, descrever, ilustrar, explorar e realizar a meta-avaliação. É com a intenção de explorar o tema da comunicação no contexto da agência experimental em assessoria de imprensa, através dos produtos descritos abaixo, que o presente trabalho foi desenvolvido.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na busca pelo fim da interpretação do jornalismo como apenas televisão, rádio, impresso e web, propomos um ambiente para que os graduandos possam exercitar seus conhecimentos em outras áreas da comunicação. As disciplinas de Assessoria de Imprensa, *Marketing Digital*, *Webjornalismo* e *Jornalismo*, Mercado de Trabalho e Empreendedorismo seriam as grandes protagonistas e favorecidas com a implantação da agência, uma vez que os serviços oferecidos abrangem essas áreas e a prática pode complementar o aprendizado nas disciplinas, servindo como laboratório dentro do curso.

O processo de implantação da Marte pode começar a ser descrito a partir da sua concepção. A ideia de criar a agência surgiu da necessidade de ampliar o contato dos alunos com o mercado de trabalho. Nosso objetivo é desenvolver atividades práticas relacionadas às áreas de assessoria de imprensa, marketing digital e produção de conteúdo escrito e audiovisual. Também queremos fortalecer os laços entre a universidade e a comunidade externa, cumprindo a missão extensionista da universidade.

A missão da agência experimental de comunicação é de oferecer serviços para a universidade e a comunidade externa, proporcionando produtos de qualidade aliados a um custo acessível para micro e pequenas empresas da região, por exemplo. A proposta de serviços a serem ofertados pela Empresa Júnior constituirá, idealmente, de Assessoria de Imprensa, Planejamento de Marketing, Produção de Conteúdo e Gestão de Mídias Sociais.

Objetivando apresentar a Marte Agência de conteúdo para a comunidade acadêmica da Universidade Federal de Pelotas e, principalmente, do curso de Jornalismo, efetivou-se um evento de lançamento da agência. Ocorrido no dia 02 de maio de 2019, reuniu 100 pessoas, professores e estudantes, no auditório da reitoria da UFPel, localizado no Campus Porto. Dentre as ações de lançamento, apresentou-se conceito da marca, a missão, os produtos que serão desempenhados pela agência, a organização interna, o portal institucional e o manual de identidade visual. Em um segundo momento, desenrolou-se uma palestra com a Gabriela Silva, jornalista especializada em comunicação digital, acerca de assessoria de comunicação digital e produção de conteúdo.

No que tange aos procedimentos de divulgação da cerimônia de lançamento da Marte, um evento no Facebook foi utilizado como estratégia principal. Dentro desta página, conteúdos como informações curriculares da palestrante, formulário de inscrição e contagem regressiva foram produzidos. Ademais, o conteúdo foi replicado no grupo “Jornalismo UFPel”, almejando alcançar ainda mais estudantes da comunidade acadêmica.

Quando apresentada em uniformidade, a identidade visual contribui para o fortalecimento e consolidação da imagem corporativa de uma instituição. Desempenhando diversas funções, conforme SEQUEIRA (2013), a identidade visual simboliza a organização, exterioriza sua estrutura e promove visibilidade e reconhecimento. Posto isso, em consonância com o objetivo de produzir conteúdo em formatos distintos, criou-se o manual de identidade visual da marca. Disposto

através de um documento eletrônico, elucida os conceitos empregados na concepção da identidade visual da marca e estabelece normas para a aplicação correta e consistente do logotipo e demais elementos identificadores da Marte Agência de Conteúdo, tais como cores e tipografia.

4. CONCLUSÕES

No presente trabalho, buscou-se apresentar e discutir formas diferenciadas de aprendizagem no ensino superior, a partir da articulação entre teoria e prática. Com a implantação da agência experimental, evidencia-se a relevância do trabalho interdisciplinar, entre as áreas propostas para as atividades principalmente pela adoção das novas tecnologias da informação e comunicação.

Conseqüentemente, a educação não pode estar à margem dos avanços tecnológicos que perpassam os diferentes grupos sociais, necessitando repensar a sua lógica a fim de acompanhar a velocidade com que as transformações se realizam. Além disso, a implementação da agência num curso de Jornalismo, considerado novo e o único ofertado na modalidade presencial na região sul do Brasil, contribui como estratégia de formação de profissionais autônomos, críticos e criativos, tornando-os capazes de utilizar a complexidade da comunicação para atuar de forma local e regional, com reflexos globais. Em suma, foi com esse propósito que foi planejada e implementada uma agência de conteúdo, cujas atividades, mesmo que recentes, estão proporcionando a importância em vincular experiências práticas e teóricas nos bancos acadêmicos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SEQUEIRA, A. S. Identidade visual: o simbolismo na identidade organizacional. Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. Disponível em: <http://recipp.ipp.pt/bitstream/10400.22/1780/1/PP_ArmindaSequeira_2013.pdf> Acesso: 06 de maio de 2019

CUNHA, Filipe Apolo Gomes. DNA Júnior. Disponível em: <<https://brasiljunior.org.br/crie-sua-ej>> Acesso: 06 de maio de 2019

TRAVESSIAS NA FRONTEIRA BRASIL-URUGUAY: AÇÕES DE EXTENSÃO

HUMBERTO LEVY DE SOUZA¹; TAÍS BELTRAME DOS SANTOS²; EDUARDO ROCHA³.

¹ Universidade Federal de Pelotas – levyarqu@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – tais.beltrame@gmail.com

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

1. INTRODUÇÃO

Este escrito é produto do projeto de pesquisa e extensão “Travessias na linha de fronteira Brasil-Uruguay”¹, que tem como objetivo geral realizar ações de interação e reconhecimento nos espaços públicos na linha de fronteira das cidades fronteiriças que fazem a divisa/união entre Brasil e Uruguay (Chuí - Chuy, Jaguarão - Rio Branco, Aceguá – Aceguá, Santana do Livramento - Rivera, Quaraí - Artigas, Barra do Quaraí - Bella Unión). O projeto tem como objetivos específicos: analisar e dar voz às diferentes utilizações do espaço público na linha fronteiriça (PUCCI, 2010); confeccionar plataformas interativas (infográficas e website) que suportem as variáveis e errâncias urbanas realizadas nas travessias; conhecer por meio da relação direta com linha de fronteira Brasil-Uruguay, seu potencial cultural, artístico e pedagógico; mapear as manifestações existentes em espaços públicos na linha de fronteira e verificar a correlação entre as cidades gêmeas e entre os países e; perceber a mobilidade na travessia por espaços públicos encontrados na linha fronteiriça como um dos aspectos fundamentais para a sustentabilidade, a arte e a cultura urbana.

As cidades-gêmeas são caracterizadas por linhas de fronteira secas e fluviais entre Brasil e Uruguay, com forte integração econômica, social e cultural, por conta disso, as zonas fronteiriças são alvo de ações e programas de desenvolvimento integrados. As cidades-gêmeas têm malhas urbanas contínuas ou descontínuas, e apresentam ocupações do espaço público que podem ir de grandes intensidades a vazios. Travessia é o ato de atravessar, deslocar-se de um ponto ao outro. Etimologicamente a palavra travessia origina do latim, radical -trans de “através, o que cruza” e - versus de “virar, fazer dar volta”. Assim como outras palavras do mesmo radical, travesso (criança que “vira”, se torna inquieta, bagunceira), travesti (pessoa que disfarça, “vira”, “troca” pelo sexo oposto), transversal (linha “girada”, oblíqua, que cruza) (RESENDE, 2018). O projeto de extensão propõe atravessar tanto territórios internacionais, como territórios subjetivos. Careri (2009) propõe uma nova experiência da caminhada, sair da zona turística e adentrar as duas cidades que fazem parte da fronteira.

2. METODOLOGIA

O projeto utiliza a cartografia urbana como uma metodologia de pesquisa, pois essa entende o espaço público como produtor de subjetividades sempre em processo, e utiliza das análises de morfologia urbana, de conteúdos já produzidos sobre o que seria a fronteira e os espaços públicos e sobre os resultados da

¹ O projeto é desenvolvido pelo grupo de pesquisa Cidade + Contemporaneidade, do Laboratório de Urbanismo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Pelotas.

própria cartografia (ROCHA, 2017). Estabelecida pelo projeto, essa metodologia é entendida como uma inovação tecnológica ao propor uma coleta de dados que vão além das informações estatísticas – âmbito econômico, populacional, habitacional – e que ainda incorporam ao discurso da Linha de Fronteira fenômenos contemporâneos que até hoje não foram sistematizados sobre a região da Fronteira Brasil-Uruguay.

"A cartografia é um método formulado por Gilles Deleuze e Félix Guattari (1995) que visa acompanhar um processo, e não representar um objeto. Em linhas gerais, trata-se sempre de investigar um processo de produção. De saída, a ideia de desenvolver o método cartográfico para utilização em pesquisas de campo no estudo da subjetividade se afasta do objetivo de definir um conjunto de regras abstratas para serem aplicadas. Não se busca estabelecer um caminho linear para atingir um fim. A cartografia é sempre um método ad hoc. Todavia, sua construção caso a caso não impede que se procurem estabelecer algumas pistas que têm em vista descrever, discutir e, sobretudo, coletivizar a experiência do cartógrafo." (PASSOS, E. KASTRUP, V. ESCÓSSIA, L., 2009.

No projeto, cartografou-se os espaços públicos na linha de fronteira BrasilUruguay através das práticas como, desenhar, fotografar, filmar, narrar e conversar e identificar os contatos humanos com a cidade. Segundo Guattari, as cidades "são imensas máquinas produtoras de subjetividade individual e coletiva" (2000, p. 172).

Os procedimentos metodológicos que auxiliaram a construção dessa cartografia consistem em: revisão bibliográfica (referencial teórico); mapeamento; entrevistas com as autoridades, moradores e turistas das cidades gêmeas; autofotografia com os viajantes; e a geração de vídeos dos momentos de travessia, do cotidiano e encontros do grupo. Outro aspecto importante da metodologia está na relação dos atores que participam da pesquisa, foram definidos grupos (compostos por pesquisadores, professores, bolsistas e/ou colaboradores) para a aplicação dos diferentes procedimentos metodológicos.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto Travessias na Fronteira terá uma duração de três anos. O primeiro ano da pesquisa aproximou os pesquisadores do objeto de estudo, através de uma viagem por todas as cidade-gêmeas na linha de fronteira Brasil-Uruguai e seminários temáticos. De forma a organizar a coleta de dados durante a viagem os proponentes da pesquisa se organizaram em quatro eixos/grupos de pesquisa, que embora possuam um objetivo em comum, percorrem caminhos diferentes para desvendar, apreender e compreender os diferentes modos de vida e uso do espaço público na fronteira.

O segundo ano da pesquisa é intitulado "Ouvir vozes da linha fronteira Brasil-Uruguay", nesse ano a pesquisa almeja aproximar os pesquisadores das múltiplas vozes que falam sobre e na fronteira Brasil-Uruguay realizando missões as cidades-gêmeas e seminários; dar continuidade a sistematização e análise dos dados coletados; atualizar o website.

- Até o momento, foram realizadas as seguintes ações de extensão no projeto:
- Implementação de website do projeto: criação de um website interativo (<https://wp.ufpel.edu.br/travessias/>) com as informações gerais, processos e objetivos, relatórios dos encontros do grupo e informes de seminários abertos. O website vem sendo atualizado a cada novidade e avanços da pesquisa.
 - Seminário aberto pré-viagem, realizado no dia 20 de julho de 2018, o encontro preparatório para a viagem foi aberto ao público em geral e teve como palestrante a arquiteta Lorena Maia.
 - Acontecimento da viagem: momento de viagem pelas 12 cidades que fazem parte da linha de fronteira Brasil-Uruguay, coletando dados, intervindo nos espaços públicos. A viagem foi realizada entre os dias 24/08/18 e 02/09/18 e contou com 15 viajantes, entre professores, bolsistas e colaboradores.
 - Entrevistas: durante o momento da viagem, foram realizadas entrevistas com moradores, turistas e autoridades das cidades visitadas.
 - Divulgação do projeto utilizando intervenção urbana: durante a viagem, foram colados adesivos e lambes nas cidades-gêmeas com nome do projeto e QR code de acesso ao website, para que moradores e visitantes sejam informados das atividades realizadas.

Ainda em 2019 será realizado no dia 18 de outubro o seminário *Vozes Da Fronteira*, com a participação do historiador Dr. Eduardo Palermo Historiador e da Arquiteta Andrea Hamilton Ilha, da Secretaria de Planejamento e de Patrimônio. Será realizada entre os dias 3 e 21 de outubro uma exibição itinerante de filmes dentro dos prédios da UFPel. Essa mostra tem por objetivo compartilhar trabalhos audiovisuais sobre a fronteira Brasil-Uruguay.

4. CONCLUSÕES

O projeto de extensão “Travessias na linha de fronteira Brasil-Uruguay: mediações e controvérsias nos espaços públicos das cidades-gêmeas” está em seu segundo ano, de um total de três anos. Até o momento, já foi possível vislumbrar alguns aspectos sobre a linha de fronteira: multiplicidade do conceito de fronteira; interação entre as cidades-gêmeas, entre os países e as regiões fronteiriças. Como público alvo atingido pelas ações de extensão, estão primeiramente os moradores das cidades fronteiriças, administradores públicos e referentes culturais locais que encontramos durante a nossa viagem, e também os que não encontramos já que parte da divulgação do projeto se deu através de intervenções urbanas, uma espécie de propaganda através de lambes e adesivos com QR Codes que direcionam para o endereço do site. E também as pessoas que participaram dos seminários.

A ação de extensão dentro da pesquisa se torna cada vez mais indispensável no contexto contemporâneo onde a academia precisa cada vez mais estar interligados, tornando de fato a produção acadêmica pública e a população ciente de como vem sendo investido o dinheiro público.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PASSOS, E. KASTRUP, V. ESCÓSSIA, L. Pistas do Método da Cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade. Porto Alegre. Sulina, 2009.

ROCHA, E. TRAVESSIAS NA LINHA DE FRONTEIRA BRASIL-URUGUAY: controvérsias e mediações no espaço público de cidades gêmeas. Porto Alegre: FAPERGS, 2017. (Projeto de Pesquisa).

PUCCI, A. S. O Estatuto da Fronteira Brasil-Uruguai. Brasília: FUNAG, 2010.

RESENDE, Lorena M. Cartografia urbana na linha de fronteira: Travessias nas cidades-gêmeas Brasil – Uruguay. 2018. 125f. [Qualificação de Mestrado em Arquitetura e Urbanismo] – PROGRAU, UFPel.

ROCHA, Eduardo. Cartografias Urbanas. In: Revista Projectare. n. 2. p.162-172. Pelotas: UFPel, 2008.

Deleuze, Guiles e Guattari, Felix. 1995, “Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia”, São Paulo: Ed. 34.