



XII CONGRESSO DE  
EXTENSÃO E CULTURA

# Anais do XII Congresso de Extensão e Cultura da UFPel



**PR**  
Pró-Reitoria de  
**EC**  
Extensão e Cultura



**11ª SIIPE**  
SEMANA INTEGRADA  
UFPEL 2025

extensão | ensino | pesquisa | extensão | ensino |

# Sumário

- 18** **MOSAICO: PLATAFORMA MULTIMÍDIA COMO ESTRATÉGIA DE APROXIMAÇÃO ENTRE A COMUNIDADE ACADÊMICA**  
TAINÁ GAUTERIO; ISABELA DAMÉ; FÁBIO KELLERMANN SCHRAMM.
- 21** **POLÍTICA EXTERNA NA REDE: DISSEMINANDO CONHECIMENTOS PARA A SOCIEDADE**  
PAULA GEORDANA HAHN; EDUARDO GRECCO CORRÊA; FERNANDA DE MOURA FERNANDES.
- 25** **ASSESSORIA DE IMPRENSA NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA:  
A ATUAÇÃO DA MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO**  
GIULIA LEMONS BRUM; SOFIA MAZZA MACHADO; VINÍCIUS BARCELLOS; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO.
- 29** **INSTAGRAM COMO CANAL DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM SAÚDE PÚBLICA: RELATO DO CENTRO DE DIAGNÓSTICO E PESQUISA EM MICOLOGIA VETERINÁRIA (MICVET-UFPel)**  
LARA COSTA GRUMANN MICHEL; JULIANA MONTIEL NUNEZ; LUANA PEREIRA RAMIREZ;  
MARIA ENILDA BORGES MACHADO; ISABELA DE SOUZA MORALES; RENATA OSÓRIO DE FARIA.
- 32** **EDUCOMUNICAÇÃO E EXTENSÃO: DEMOCRATIZANDO SABERES POR MEIO DA PRODUÇÃO DE PODCAST**  
MARIA EDUARDA RODRIGUES TEIXEIRA; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO; MICHELE NEGRINI.
- 36** **PARCERIA MARTE E PROJETO GEOPARQUE PAISAGEM DAS ÁGUAS -  
COMO A COBERTURA FOTOGRÁFICA AUXILIA NA DIVULGAÇÃO DE UM PROJETO**  
LUÍS ESTEVES SILVA GARCEZ; GIULIA LEMONS BRUM; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO;  
ADRIANO LUÍS HECK SIMON.
- 40** **(COM)CIÊNCIA COMO UMA ALTERNATIVA NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA**  
LORENZO GOULART BONONE; LARA NASI;
- 43** **COMUNICAR PARA RESISTIR: O PAPEL DA EDUCOMUNICAÇÃO NO DESAFIO PRÉ-UNIVERSITÁRIO POPULAR**  
LAUREN ALESSANDRA DORNELES RAMOS GUIMARÃES; CAMILLE DE AVILA VOIGT;  
CATIA FERNANDES DE CARVALHO
- 47** **AVALIAÇÃO DO ALCANCE E INTERAÇÃO DIGITAL DO PROJETO GEOPARQUE PAISAGEM DAS ÁGUAS NAS REDES SOCIAIS**  
LAIDINER RUTZ TRETTIN; ADRIANE SAMPAIO; DR. ADRIANO LUÍS HECK SIMON;
- 51** **FOTOTECA MEMÓRIA DA UFPel: DA SALVAGUARDA DO ACERVO FOTOGRÁFICO AO DIÁLOGO COM A COMUNIDADE**  
NATHÁLIA DA SILVA BENITO; LÍLIA WALTZER RODRIGUES; FRANCISCA FERREIRA MICHELON.
- 55** **PROJETO VERDADEIRAMENTE: JORNALISMO MULTIPLATAFORMA NO ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE MENTAL**  
MARTHA CRISTINA MELO; ANDRINE TEIXEIRA; RÔMULO TONDO; LUCIANA CARVALHO;

# Sumário

59	<b>ORGANIZAÇÃO, DIÁLOGO E APRENDIZADO: UM RELATO SOBRE AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS NA SEMANA ACADÊMICA DE PROCESSOS GERENCIAIS</b> GILDOMAR VALÉRIO GONÇALVES; ESTELA DA SILVA DE ÁVILA; FRANCIELLE MOLON DA SILVA.
63	<b>EVENTO ENEQ NA PROMOÇÃO DO ENSINO DE QUÍMICA A PÚBLICOS DIVERSOS</b> CHRISTIAN SEDREZ JAMBEIRO; ROGER BRUNO DE MENDONÇA; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS; ALESSANDRO CURY SOARES; BRUNO DOS SANTOS PASTORIZA.
67	<b>A ATUAÇÃO DO PROJETO PAPO DE GESTÃO POR MEIO DO INSTAGRAM: ANÁLISE DOS PRIMEIROS RESULTADOS</b> JOÃO PEREIRA CAMARGO; BRUNO MOREIRA; WILLIAM CLAUHS; ISABEL TERESINHA DUTRA SOARES; ALISSON EDUARDO MAEHLER.
71	<b>GESTÃO ÁGIL NA PRÁTICA: COMUNICAÇÃO, CULTURA E FORMAÇÃO NA REDE DE MUSEUS DA UFPEL</b> DENILTO MACIEL DIAS; GABRIELA TEIXEIRA; ELEONORA CAMPOS DA MOTTA SANTOS.
75	<b>AS ESTRATÉGIAS NAS REDES SOCIAIS PARA PROMOÇÃO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA</b> NICOLE FERREIRA GARCIA; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS; MARCELO DE AVILA LEÃO; ROGER BRUNO DE MENDONÇA; ALESSANDRO CURY SOARES; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS
79	<b>PODCAST E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: PLANEJAMENTO DE UMA SÉRIE DE EPISÓDIOS</b> ISABELA DA SILVA MARTINS; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS; ROGER BRUNO DE MENDONÇA; ALESSANDRO CURY SOARES; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS.
83	<b>ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO GRUPO CLINEQ NO INSTAGRAM NO ALCANCE E NA DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS EQUESTRES NO MEIO DIGITAL</b> MARIA EDUARDA ITURBIDE DE ZOUZA; BIANCA DE FÁTIMA DALLO; GIOVANNA HELENA DA SILVA THIER; FLÁVIA MOREIRA; VITÓRIA MÜLLER; BRUNA DA ROSA CURCIO.
87	<b>MULHERES EM PERFIS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: PAPÉIS, VOZES E DESAFIOS PARA UMA CIÊNCIA MAIS INCLUSIVA</b> ANDREIA ORESTES LIMA; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS; ROGER BRUNO DE MENDONÇA; ALESSANDRO CURY SOARES; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS.
91	<b>COMUNICAR A ECONOMIA SOLIDÁRIA EM MEIO À DISPUTA DE SENTIDOS: PRÁTICAS E DESAFIOS DIGITAIS NO TECSOL</b> YASMIN ARROYO MACHADO; RENATO FABRÍCIO DE ANDRADE WALDEMARIN.
94	<b>EDUCAÇÃO MIDIÁTICA COM ADOLESCENTES: POSSIBILIDADES E DESAFIOS NA ERA DIGITAL</b> JÚLIA RADMANN TOMM; SÍLVIA MEIRELLES LEITE.

# Sumário

<b>98</b>	<b>REFLEXÕES SOBRE O BLOG PAPO DE GESTÃO: O QUE JÁ CONSEGUIMOS DE RESULTADOS E O QUE PODEMOS APRIMORAR?</b> SOFIA MULLER MEIRELLES; JOSUÉ FORMIGA REHLING; MISael SARAIVA CARDOSO; GUSTAVO ÁVILA DO AMARAL; FRANCIELLE MOLON DA SILVA;
<b>102</b>	<b>II WORKSHOP DE NEONATOLOGIA EQUINA: ORGANIZAÇÃO, EXECUÇÃO E IMPACTOS DE UMA INICIATIVA EM EDUCAÇÃO CONTINUADA NA MEDICINA DE EQUINOS</b> GIOVANNA HELENA DA SILVA THIER; CARLOS EDUARDO WAYNE NOGUEIRA; ISADORA PAZ OLIVEIRA DOS SANTOS; RAFAELA PINTO DE SOUZA; TALITA VITÓRIA OLIVEIRA FABOSSA; BRUNA DA ROSA CURCIO.
<b>106</b>	<b>PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NO MUSEU DO DOCE DA UFPel: MÉTRICAS E METAS</b> ISABELLA AMARAL CAMPAGNOLLO; GIOVANA SCHIAVON BARREIRA; NORIS MARA PACHECO LEAL.
<b>109</b>	<b>MAPA INTERATIVO DO PROJETO REDE TEA BRASIL: DIVULGAÇÃO DE NORMATIVAS SOBRE TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA NO PAÍS</b> LAURA POHL COSTA; MYRELLA HOFFMANN LAPSCHIES; CHRIS DE AZEVEDO RAMIL.
<b>113</b>	<b>FEDERAL EM CAMPO E A EXPERIÊNCIA NO JORNALISMO</b> GUSTAVO OLIVEIRA; RICARDO FIEGENBAUM.
<b>117</b>	<b>GESTÃO DE PESSOAS: CONHECENDOUM POUCO MAIS SOBRE O TEMA A PARTIR DE UMA AÇÃO DE EXTENSÃO</b> LUCIA CARINA DE FREITAS; ANA CLAUDIA ROSSAL CARDOSO; FRANCIELLE MOLON DA SILVA.
<b>121</b>	<b>EDUCANDO CONTRA A DESINFORMAÇÃO</b> PEDRO MOREIRA; GUSTAVO OLIVEIRA; JÚLIO GEMIAKI; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE.
<b>125</b>	<b>CONHECENDO PELOTAS EM LIBRAS: UMA AÇÃO EXTENSIONISTA PARA VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE SURDA E ACESSIBILIDADE LINGÜÍSTICA</b> LUIZA FAGUNDES DIAS; DANIELE DA SILVA BRYON SILVA; SANDRA REGINA DA SILVA; LUZIANE GOMES DA SILVA; LIVIA SILVA BALBUENA; IVANA GOMES DA SILVA.
<b>129</b>	<b>VISIBILIDADE DA GASTRONOMIA UFPel ATRAVÉS DO PROJETO GASTRONOMIA EM EXTENSÃO NA FENADOCE E O IMPACTO NA REDE SOCIAL INSTAGRAM</b> VIVIANE MENEZES BARRAZ; TATIANE KUKA VALENTE GANDRA.
<b>133</b>	<b>IMPACTOS GERADOS NOS LEITORES DO CLUBE DE LEITURA DO CLC - LER MULHERES</b> ANA CAROLINA DE ANDRADE VIEIRA; MARIANA SANTANA FALKOWSKI; BEATRIZ HELENA DA ROSA PEREIRA; VANESSA DOUMID DAMASCENO.
<b>138</b>	<b>DIGITALIZAÇÃO DOCUMENTAL COMO FERRAMENTA DE PRESERVAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO</b> KAUANE DOS SANTOS BRISOLARA; LORENA ALMEIDA GILL.

# Sumário

<b>141</b>	<b>BANCO DE IDEIAS LITERÁRIAS: UM REPOSITÓRIO COLABORATIVO PARA O ENSINO DE LITERATURA EM EaD</b> CATHARINA GONÇALVES MESA; JOÃO LUIS PEREIRA OURIQUE.
<b>144</b>	<b>SABORES VISUAIS</b> NELSON DUTRA DE OLIVEIRA NETO; MANOELA DE SOUZA GONÇALVES; ANGELA GALVAN DE LIMA; TATIANE KUKA VALENTE GANDRA
<b>147</b>	<b>DA BANCADA AO FEED: O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E INTERAÇÃO SOCIAL PARA GRUPOS DE PESQUISA</b> GOVANNA BRANDÃO MOREIRA; FELIPE SILVA PEREIRA; VANESSA PIRES DA ROSA; ELIZANGELA GONÇALVES DE OLIVEIRA; JOSIANE FREITAS CHIM.
<b>151</b>	<b>REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE DIFUSÃO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS EM BOVINO-CULTURA DE CORTE</b> DIULIANA FONSECA DA FONSECA; BRUNO AUGUSTO OSTERKAMP BLOEMKER; EDUARDO SCHMITT; CÁSSIO CASSAL BRAUNER.
<b>155</b>	<b>CONSTITUIÇÃO DE UM OBSERVATÓRIO DE CONTROLE SOCIAL: UM RELATO DE EXPERIÊNCIAS</b> GUSTAVO MACEDO DOS SANTOS; GABRIEL BRUNO DINIZ; VITÓRIA AMORIM BLAAS; EMILLY DA GAMA MACHADO; ANA JULIA SILVEIRA COUTO; PATRÍCIA SCHNEIDER SEVERO.
<b>159</b>	<b>DIVERSIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: CONHECENDO UM POUCO MAIS SOBRE O TEMA A PARTIR DE UMA AÇÃO DE EXTENSÃO</b> JANINE PINZ; ANA LAURA DE SOUSA PEREIRA; ILDIANE MEWS DE OLIVEIRA; ERICA BEATRIZ HARTWIG; RAPHAELA LEITE DA SILVA; FRANCIELLE MOLON DA SILVA.
<b>163</b>	<b>COMO ELABORAR UM GUIA PARA MÍDIAS SOCIAIS DA GRADUAÇÃO: EXPERIÊNCIA DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA</b> GABRIEL BRUNO DINIZ; JENNIFER GUTIERREZ; JULIA CANDIA; RUBIANI KLUG; CAROLINE CASALI;
<b>167</b>	<b>ESCUTAR, APRENDER, CONECTAR: EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA ATRAVÉS DO RÁDIO COMO ESPAÇO DE FORMAÇÃO ESTÉTICA E MEDIAÇÃO CULTURAL</b> ANA NATIELE DUTRA FALCÃO; MICHAEL ABRANTES KERR ; GERSON RIOS LEME;
<b>170</b>	<b>TV UFPel: COMUNICAÇÃO UNIVERSITÁRIA E FORMAÇÃO PROFISSIONAL</b> GUILHERME SANTANA GONÇALVES; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO; MICHELE NEGRINI
<b>173</b>	<b>PROJETO DE EXTENSÃO CAFÉ GEOPOLÍTICO: OS IMPACTOS DA PROMOÇÃO DO DIÁLOGO E DO CONHECIMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS EM PELOTAS</b> EDUARDO GRECCO CORRÊA; CHARLES PEREIRA PENNAFORTE.
<b>177</b>	<b>RELATO DE EXPERIÊNCIA DO EVENTO INOVATALKS: ESTRATÉGIAS, ENGAJAMENTO E PERCEPÇÃO DO PÚBLICO EM UMA AÇÃO DE EXTENSÃO</b> NATÁLIA KOMMLING VIELA; CHRYSIAN NUNES GONÇALVES; THAÍSSA ÁVILA FEIJÓ; JULIA CAROLINA CARDOZO CORRÊA; MARIANA HÄRTER REMIÃO.

# Sumário

181

## POPULARIZAÇÃO DAS CIÊNCIAS FORENSES: O USO DE CASOS REAIS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

TAINA FERNANDA BARBOSA NUNES; VICTÓRIA DE CASTRO ARMANI; NATÁLIA DA SILVA COELHO; MARCELLI GUIMARÃES SANCHES; CARLA DE ANDRADE HARTWIG.

185

## POEMA NAS REDES! E A ESTRATÉGIA POR UMA HISTÓRIA PÚBLICA DIGITAL.

BRAIAN IRÃ SILVEIRA MARIM; PYETRA DE LIMA SCHMIDT; DANIELE GALLINDO-GONÇALVES.

189

## LETRAMENTO DIGITAL EM FOCO: USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO ACADÊMICA E PROMOÇÃO DO ENVELHECIMENTO ATIVO

MARIA VIANNA TERENZI; GUILHERME BRUM BUCK; MATEUS SCHMECKEL MOTA; MARIA EDUARDA BRUM BARBOZA DA SILVA; ADRIANA SCHÜLER CAVALLI; GIOVANA DUZZO GAMARO.

193

## DA ESCOLA À UNIVERSIDADE: ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO DO CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA DA UFPEL

AMANDA MANSKE PLAMER; ESTEVAN ALCÂNTARA HUCKEMBECK; MAIARA SCHELLIN PIEPER; TALISSON NATAN TOCHTENHAGEN; RODRIGO DA COSTA CARDOSO; MAURIZIO SILVEIRA QUADRO.

197

## DESENVOLVIMENTO E APLICAÇÃO DO MANUAL DE IDENTIDADE DO GRUPO PET ARQUITETURA E URBANISMO

NATALIA QUINTAS DE ALMEIDA; MARIANA MEDEIROS GONÇALES; FÁBIO KELLERMANN SCHRAMM.

201

## RÁDIOJOR: A CONTRIBUIÇÃO DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA PARA O DESENVOLVIMENTO NO CAMPO DO RÁDIOJORNALISMO

RIDLEY MADRID DA SILVA; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM.

205

## PET-EA CONECTADO: REDES SOCIAIS COM PONTE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE

KEILA ARIANE HOLZ FONSECA; BRUNO NUNES HUBNER; MAIARA SCHELLIN PIEPER; GUILHERME DOS SANTOS TEDESCO; MAURIZIO SILVEIRA QUADRO; RICARDO SCHERER POHDORF.

209

## DA PÓS-VERDADE À PRÁTICA: A CHECAGEM DE INFORMAÇÕES COMO ESTRATÉGIA PEDAGÓGICA NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

LIDIANE PINTO LOPES; HUGO LEONARDO DE OLIVEIRA; MARCO AURELIO DA CRUZ SOUZA; MATEUS SCHMECKEL MOTA.

212

## INTERDISCIPLINARIDADE EM AÇÃO: COMUNICAÇÃO, DESIGN E A DEMOCRATIZAÇÃO DO SABER NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

HUGO LEONARDO DE OLIVEIRA; LIDIANE PINTO LOPES; MARCO AURELIO DA CRUZ SOUZA; MATEUS SCHMECKEL MOTA

216

## COMUNICADORES EM CONSTRUÇÃO: EDUCOMUNICAÇÃO NA PRÁTICA ESCOLAS - OFICINAS DE FOTOGRAFIA E TELEJORNALISMO NO COLÉGIO SÃO JOSÉ DE PELOTAS

ALENKA RODRIGUES WYSE; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE.

# Sumário

**220**

**DESIGN E MEMÓRIA: CRIAÇÃO DE UMA MARCA PARA SOUVENIRES SUSTENTÁVEIS A PARTIR DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO DA CATEDRAL DE PELOTAS**  
CAMILA COLPO CORCINI; CARLOS TAINAN MOREIRA DOS SANTOS; THAÍS CRISTINA MARTINO SEHN.

**224**

**COMUNICAR PARA SUBVERTER: O DESIGN COMO DISPOSITIVO DE ENFRENTAMENTO POLÍTICO E DIÁLOGO POPULAR**  
MARIA EDUARDA DE SOUZA COSTA; DENISE MARCOS BUSSOLETTI.

**228**

**EDUCOMUNICAÇÃO E INCLUSÃO DIGITAL: PODCASTS COMO FERRAMENTA DE INCLUSÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO EM SAÚDE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL**  
MAITÉ ENZWEILER BARBOZA ALVES; ISADORA OLIVEIRA MELO DE ABREU ; MARCELLE MOREIRA PERES; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO.

**232**

**DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA COMO PONTE ENTRE PESQUISA E SOCIEDADE: PRODUÇÃO DE LIVRETO CIENTÍFICO E DIÁLOGO AO VIVO SOBRE AVANÇOS EM MATERIAIS SUSTENTÁVEIS**  
ANA LUIZA BARBOZA MERLIN; ANDRÉ FRANCISCO PIVATO BIAJOLI.

**236**

**EM PAUTA TV UFPEL: WEBTELEJORNALISMO UNIVERSITÁRIO EM PRÁTICA**  
AUGUSTO LETTNIN FERRI; MARISLEI RIBEIRO; MICHELE NEGRINI.

**240**

**USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO DO CURSO DE QUÍMICA FORENSE**  
LARISSA AFONSO DE MARE; NAIANA TELLES OSTOSI; ROGÉRIO ANTÔNIO FREITAG; CARLA DE ANDRADE HARTWIG.

**244**

**PANORAMA DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO DOS AUTORES DA REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA E SUSTENTABILIDADE (RBES)**  
GIOVANNA TORRES FELIPPE; FABIANA FERNANDES DOS SANTOS; FABIANE LEROY DOS SANTOS; DIULIANA LEANDRO; GIZELE INGRID GADOTTI; ANDRÉA SOUZA CASTRO.

**248**

**O USO DO INSTAGRAM COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DO PROJETO COMPARTILHA UFPEL**  
HERYCA MONKES MACHADO; ANA CAROLINA DA SILVA PEREIRA; LORRANA VITORIA SCHAUMILE FURTADO; LEONARDO CRUZ DOS SANTOS; KIMBERLY ALVES MESQUITA; LUCIANE BOTELHO MARTINS.

**251**

**A FOTOGRAFIA COMO ESTRATÉGIA DE REGISTRO DAS RECORDAÇÕES EXTENSIONISTAS**  
JÚLIA MOREIRA RODRIGUES DOS SANTOS; RAQUEL SILVEIRA RITA DIAS; TUANNY MASCARENHAS; ELEONORA CAMPOS.

**255**

**PROJETO INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MUNDO PROFISSIONAL: DELIMITAÇÕES DOS ALUNOS DO CURSO TÉCNICO EM DESIGN GRÁFICO DO IFSUL PELOTAS**  
ISADORA ALCANTARA ROSA; LAÍS CAROLINA BASSO ZANELLA; ENZZO LOPES RODRIGUES; CLARISSA RIBEIRO; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE.



# Sumário

**259**

**GUIA PARA SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA: APRIMORANDO RELAÇÕES ENTRE UNIVERSIDADE E COMUNIDADE**

WESLEI DA SILVA LACERDA; ALICE BLAAS; BRENDA MANKE; DIULI DOMINGUES; GISELE FERREIRA; CAROLINE CASALI.

**263**

**OFICINAS DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NA ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROFESSORA SYLVIA MELLO**

ADILSON CAMARGO PEREIRA; SILVIA MEIRELLES LEITE.

**267**

**ARTEFATOS RECUPERADOS, MEMÓRIAS RECONTADAS: JORNALISMO, MEMÓRIA SOCIAL E ESCUTA SENSÍVEL APÓS A ENCHENTE EM PELOTAS**

ENZZO LOPES RODRIGUES; LARA NASI.

**271**

**USO DE MÉTODOS COMUNICATIVOS NA CUIDATIVA - CENTRO REGIONAL DE REFERÊNCIA EM CUIDADOS PALIATIVOS FAMED/UFPAL: RELATO DE BOLSISTA**

ARTHUR SCHWAB VEIRAS; JULIETA MARIA CARRICONDE FRIPP.



## MOSAICO: PLATAFORMA MULTIMÍDIA COMO ESTRATÉGIA DE APROXIMAÇÃO ENTRE A COMUNIDADE ACADÊMICA

TAINÁ GAUTERIO<sup>1</sup>; ISABELA DAMÉ<sup>2</sup>; FÁBIO KELLERMANN SCHRAMM<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tainasgauterio@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – isaddarme2@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – fabioks@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

Atualmente, as plataformas multimídias têm assumido protagonismo no ambiente universitário, desdobrando-se como instrumentos fundamentais para a ampliação da integração de diferentes linguagens, além da democratização do acesso ao conhecimento. Segundo Kenski (2012) a utilização desses recursos favorecem o desenvolvimento de processos comunicativos mais dinâmicos e interativos, capazes de responder às demandas da sociedade contemporânea marcada pela digitalização da informação.

Dada a importância da comunicação, principalmente nas mais diversas formas de dissipaçāo, VAUGHAN e WOLFMAN (1994) colocam que a multimídia é caracterizada pela integração de diferentes elementos, como textos, imagens, sons, animações, interações e vídeos, tendo como principal objetivo comunicar uma mensagem de forma eficaz a um público-alvo específico.

Frente a isso, a mosaico apresenta-se como uma plataforma multimídia idealizada pelo grupo PET Arquitetura, com o intuito de aproximar as atividades do grupo com a comunidade acadêmica, utilizando-se da interface digital para divulgar mostras, trabalhos realizados pelos alunos de graduação, exposições e atividades realizadas pelo grupo PET.

A partir do caráter dinâmico, a plataforma propõe conectar-se com a comunidade acadêmica, tornando-se essencial, para estreitar a relação entre as atividades desenvolvidas pelo grupo PET e o público alvo. Dessa forma, ao longo deste artigo serão exemplificadas algumas das atividades desenvolvidas pela plataforma.

### 2. MÉTODO

Por se tratar de um projeto de extensão recente, ainda que inspirado em iniciativas anteriores do PET, a Mosaico surgiu como um redirecionamento da plataforma Maloca — cujo foco inicial concentrava-se na produção de podcasts — ampliando suas possibilidades de atuação para diferentes formas de comunicação, com destaque para as mostras digitais.

Para garantir sua acessibilidade, a plataforma encontra-se atualmente hospedada no site oficial do PET Arquitetura, integrando-se às demais atividades desenvolvidas pelo grupo. Embora ainda esteja em fase de desenvolvimento, já apresenta propostas significativas. Um exemplo foi a atividade de divulgação do acompanhamento da reforma do telhado da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFPel (FAUrb). Por meio de uma mostra fotográfica, foi estruturado o projeto “Diário de Obra”, cujo objetivo principal consistiu em registrar e comunicar os avanços da intervenção, atualizando a comunidade acadêmica acerca do andamento da reforma.

Além de cumprir essa função informativa, a iniciativa destacou-se como uma ferramenta estratégica de aproximação entre os novos estudantes e o edifício. Ao tornar visível cada etapa do processo, a mostra possibilitou a construção de vínculos afetivos com o espaço, reforçando tanto o sentimento de pertencimento quanto a preservação da memória coletiva em torno do prédio.

Outro exemplo de implementação da plataforma foi a "Mostra CASACOR", atividade que teve como propósito a realização de uma exposição fotográfica a partir das percepções dos alunos que participaram da visita técnica à CASACOR Rio Grande do Sul 2025.

A proposta surgiu diretamente da experiência vivenciada durante a visita, que possibilitou não apenas o registro das principais tendências projetuais contemporâneas, mas também o desenvolvimento de um olhar crítico sobre processos criativos, soluções espaciais e usos inovadores de materiais e tecnologias aplicadas ao ambiente construído. Dessa forma, os estudantes puderam compartilhar com a comunidade acadêmica suas impressões sobre o evento, ampliando o alcance da experiência para além do grupo presente na atividade.

O processo de curadoria da mostra iniciou-se com a submissão dos registros fotográficos realizados pelos participantes, por meio de formulário de inscrição. Após o encerramento do prazo, foi elaborada a organização das imagens, de modo a estruturar um percurso expositivo que refletisse as múltiplas perspectivas e olhares individuais dos estudantes. Essa curadoria, transformada em mostra digital e hospedada no site da plataforma - exemplificada na figura 1- , conferiu à atividade um caráter acadêmico crítico e criativo, capaz de estimular o diálogo entre diferentes formas de apreensão do espaço arquitetônico.

Para além de sua dimensão expressiva, a exposição assumiu também um papel de extensão universitária, ao tornar acessível à comunidade acadêmica e externa o contato com as experiências proporcionadas pela visita técnica, reforçando o caráter formativo e cultural da iniciativa.

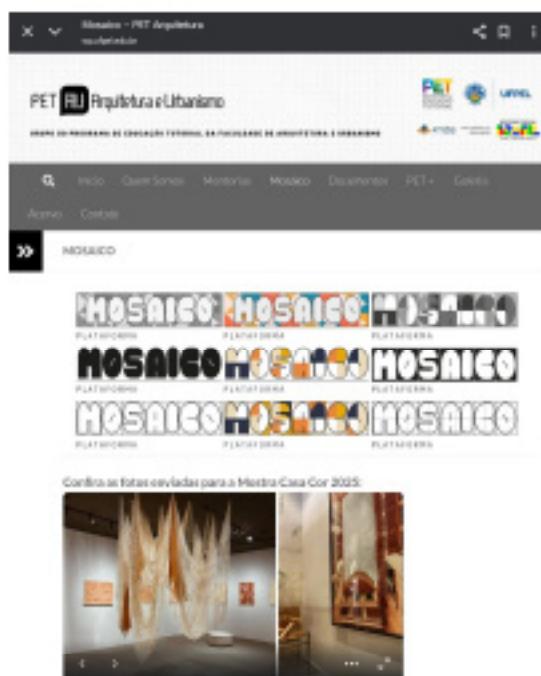


Figura 1: Print da mostra hospedada na plataforma mosaico, através de um dispositivo móvel

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Por se tratar de um projeto em etapa de desenvolvimento, a plataforma ainda busca por alternativas que aproximem os estudantes da vida acadêmica, de modo a ampliar suas possibilidades de conexão com o mundo, tendo a adesão dos participantes da exposição realizada, como um indicativo positivo no que se refere a conectividade do elo entre a percepção individual e o compartilhamento de experiências coletivas.

Mais do que uma atividade acadêmica, a iniciativa revelou-se um espaço de valor formativo, permitindo que os estudantes explorem sua expressão artística, alinhada a questões técnicas — algo que, em geral, recebe pouca ênfase ao longo do curso de Arquitetura e Urbanismo.

### 4. CONSIDERAÇÕES

A plataforma conta com o seguimento no desafio de compartilhar informações, conhecimentos, e experiências que despertem o interesse e promovam maior aproximação com o público acadêmico, tendo como aliado a utilização de recursos como fotografia e plataformas digitais que tem gerado resultados expressivos, fortalecendo não apenas o vínculo entre o grupo e a comunidade acadêmica, mas também contribuindo para o crescimento e a aprendizagem dos integrantes enquanto agentes de pesquisa, ensino e extensão. Além disso, a produção dos materiais já desenvolvidos e daqueles em fase de elaboração está diretamente relacionada construção de um acervo público das produções do grupo PET em prol do corpo estudantil, fortalecendo a conexão entre os alunos e promovendo a formação integral dos estudantes enquanto indivíduos.

### 5. AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Ministério da Educação (MEC) e ao Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) pelo apoio prestado ao Programa de Educação Tutorial (PET) da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Os recursos e o suporte contínuo foram essenciais para a realização das nossas atividades acadêmicas e para a formação dos estudantes bolsistas, fortalecendo o ensino, a pesquisa e a extensão universitária.

### 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VAUGHAN, T. **Multimídia na prática.** Trad. Elaine A. A. Pezzoli. São Paulo: Makron Books, 1994, 474p. WOLFMAN, D. E. Criando em multimídia. Trad. Lávio Pareschi. Rio de Janeiro: Campus, 1994, 303p.

KENSKI, V. M. **Educação e tecnologias: o novo ritmo da informação.** 8. ed. Campinas: Papirus, 2012.

## POLÍTICA EXTERNA NA REDE: DISSEMINANDO CONHECIMENTOS PARA A SOCIEDADE

PAULA GEORDANA HAHN<sup>1</sup>; EDUARDO GRECCO CORRÊA<sup>2</sup>;  
FERNANDA DE MOURA FERNANDES<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – paula.hahn@ufpel.edu.br*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – eduardo.correa@ufpel.edu.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – fernandes.fernanda@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A política externa, enquanto uma das políticas públicas do Estado brasileiro, permanece pouco conhecida e debatida pela sociedade nacional. Em grande medida, as questões internacionais e a própria política externa ainda são tratadas como temas de “alta política” (MILANI; PINHEIRO, 2013), isto é, assuntos considerados de interesse restrito, circunscritos à esfera governamental e de baixo interesse de atores sociais e privados. No entanto, diante do crescente impacto dos eventos internacionais e globais sobre a esfera doméstica, e a consequente indissociação entre os cenários local e global, torna-se imperativo ampliar a disseminação de conhecimento e promover a democratização do debate sobre assuntos externos junto ao público em geral.

Nesse contexto, o projeto Política Externa em Debate (8015) tem o objetivo de aprofundar os estudos discentes sobre política externa, bem como disseminar conhecimentos e informações para toda sociedade brasileira, e em especial, da região Sul. Para alcançar tal propósito, a iniciativa organiza-se em ações de ensino, pesquisa e extensão. No âmbito propriamente dito da extensão, destaca-se a ação “Política Externa na Rede”, cujo eixo central está voltado à área da comunicação e utiliza como principal meio de disponibilização de informações a plataforma Instagram.

A ação insere-se na linha de extensão de divulgação científica e tecnológica e tem como principal objetivo a disseminação de informações e conhecimentos acerca da política externa. Para tanto, faz-se uso da linguagem simples, que é entendida como uma forma de comunicação voltada a tornar as informações mais acessíveis, mediante o uso de frases curtas, vocabulário claro e estrutura textual objetiva (PREFEITURA DE SÃO PAULO, 2020), evitando o uso de conceitos e vocabulário próprio das Relações Internacionais.

Dessa forma, os objetivos específicos da ação Política Externa na Rede são: (i) popularização de conceitos e temas relativos à política externa por meio de ferramentas digitais; (ii) divulgação dos materiais didáticos desenvolvidos no projeto; (iii) criação de website e página oficial em rede social; (iv) publicação de posts, stories e vídeos; (v) fomento a uma comunidade ativa e engajada; e (vi) monitoramento de seguidores, taxa de engajamento, alcance e feedbacks dos conteúdos produzidos.

### 2. METODOLOGIA

Para a consecução dos objetivos citados acima, a ação Política Externa na Rede conta com a participação de quatro discentes colaboradores, bem como com a participação de outros discentes vinculados à ação de ensino Grupo de Estudos Política Externa em Debate (GEPED). Metodologicamente, a ação

organiza-se do seguinte modo: a) orientações (individuais e coletivas); b) levantamento e pesquisa de temas de política externa brasileira com incidência no contexto local, especialmente; c) elaboração do material pelos discentes e revisão pela docente; d) publicação no canal e websites oficiais do projeto; e) preparação para participação em eventos externos. Os materiais são elaborados por meio da ferramenta de design Canva, por meio da utilização de recursos gráficos e multimodais, como imagens, ilustrações, quadros comparativos, esquemas, cores vivas e elementos visuais atrativos, que visam complementar e reforçar a mensagem transmitida. Cabe destacar que os conteúdos são elaborados utilizando textos acadêmicos e científicos para garantir a qualidade e a confiabilidade das informações transmitidas pelo canal.

A publicação dos conteúdos no perfil oficial do projeto (@pexdebate), é seguida pelo monitoramento contínuo das métricas disponibilizadas pela plataforma (número de seguidores, taxa de engajamento, alcance e feedbacks). Esse acompanhamento permite avaliar a recepção do público e orientar ajustes futuros, adequando a linguagem, a forma e os temas selecionados de acordo com a eficácia comunicativa observada. A seguir, relata-se como os conteúdos estão organizados no canal e a interação com o público-alvo por meio dos eventos.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Dentre as primeiras atividades da Ação destaca-se a própria criação do canal @pexdebate em maio de 2025 e a definição da identidade visual para padronizar a arte e criar familiaridade com os(as) seguidores. A organização dos conteúdos no canal, considerando que o público-alvo não necessariamente possui conhecimentos prévios acerca da política externa ou de Relações Internacionais, foi definida da seguinte forma:

1. **Série #Descomplicando:** objetiva disseminar conceitos, termos e definições das Relações Internacionais, relacionados sobretudo à política externa, em linguagem simples e acessível.
2. **Série #Istoépoliticaexterna:** objetiva informar e divulgar as ações de política externa brasileira, por meio da produção de conteúdos com ênfase no impacto local e compartilhamento de conteúdos dos canais oficiais do Itamaraty, da Presidência da República, da Agência Brasileira de Cooperação (ABC), do governo do estado do Rio Grande do Sul, e da Prefeitura de Pelotas, por exemplo.
3. **Ferramenta #Destques:** objetiva organizar as ações de política externa brasileira, segundo sua natureza, em relações bilaterais, relações multilaterais, relações regionais e cidades.
4. **Divulgação de informações institucionais** e demais ações de ensino do projeto, como o GEPED.

Salienta-se que as produções foram realizadas tanto por meio de posts, os quais foram elaborados pelos membros do projeto, quanto pelo intermédio de publicação de stories, compartilhando-se conteúdos de outros canais no âmbito da Série #istoépoliticaexterna. O quadro 1 a seguir traz alguns exemplos das postagens e compartilhamentos realizadas até o momento em cada um das séries e ações institucionais:

Quadro 1. Exemplos de assuntos desenvolvidos para o canal

Conteúdos	Nº de produções	Assuntos
#Istoépoliticaexterna	31	Porque outros países ajudaram o RS nas enchentes; Ajuda externa bilateral recebida no contexto das enchentes; Impactos do tarifado de Trump no setor privado do RS (repostagem).
#descomplicando	5	Você sabe o que é política externa?; Relações Bilaterais; Relações Multilaterais, Diplomacia Pública; Desinformação e política externa
Ações institucionais	7	Encontros do GEPED; Participação na Mostra de cursos; Participação na 31ª Fenadoce

Fonte: Elaboração Própria (2025).

Com relação à análise de métricas disponibilizadas pelo próprio Instagram, evidencia-se que, a partir da criação da página no dia 22 de maio de 2025, os dados obtidos até então, isto é, até a quinzena de agosto, demonstram que o perfil alcançou um total de 11321 visualizações, sendo 40,4% de não seguidores de páginas de relações internacionais. Por conseguinte, nesse tempo de atuação, foram alcançadas 2514 contas distintas e mais de 17 posts publicados, com as produções mais compartilhadas referentes ao conteúdo do #istoépoliticaexterna “Ajuda externa bilateral recebida durante as enchentes do RS” e #descomplicando “Desinformação e Política Externa”.

Adicionalmente, destaca-se que a participação em dois eventos os quais permitiram a interação e divulgação direta dos conteúdos da ação Política Externa na Rede à comunidade pelotense, sendo de grande relevância para apresentar ao município alguns assuntos externos e os seus impactos na vida cotidiana dos cidadãos.

Durante a participação na Mostra de Cursos UFPel 2025, realizada no dia 14 de maio de 2025, na cidade de Pelotas, a equipe discutiu as áreas de atuação da política externa brasileira por meio de jogo da memória, divulgando para os estudantes de ensino médio os conteúdos elaborados para o canal. A participação da equipe, incluindo a coordenadora, se deu nos turnos matutino e vespertino no estande do curso de Relações Internacionais. A interação foi muito importante para demonstrar aos estudantes como os assuntos externos impactam o nível local e não se restringem aos diplomatas, sendo de interesse de atores subnacionais, sociais e privados.

Em relação à participação na 31ª na Feira Nacional do Doce, realizada no dia 26 de julho de 2025, na cidade de Pelotas, no período noturno, a equipe representou o Projeto para um público mais amplo do que o evento anterior. Desse modo, buscando garantir uma maior interação com a sociedade utilizou-se além do jogo da memória, cartazes com nomes dos blocos de integração econômica como o Mercosul e a ASEAN; de mecanismos internacionais como o BRICS; além de perguntas direcionadas diretamente ao público acerca de países,

com destaque para o público infantil também. A participação foi essencial para os(as) discentes aplicarem os conhecimentos e experiências obtidos na graduação em RI e torná-los acessíveis, mostrando como as ações externas afetam o dia a dia dos cidadãos pelotenses e da região do extremo sul.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Verificou-se que os objetivos propostos pela Ação Política Externa na Rede, integrante do projeto Política Externa em Debate, vêm sendo desenvolvidos e alcançados de forma exitosa. Nesse processo, os resultados quantitativos e o crescimento das métricas confirmam a efetiva operacionalização do canal no Instagram, que, ao adotar a linguagem simples, cumpre a função de disseminar e socializar conceitos, definições e temas relativos à política externa, além de difundir os materiais didáticos produzidos no âmbito do Projeto. Tal iniciativa configura-se, portanto, como um esforço direcionado à construção de uma comunidade politicamente ativa e engajada, por meio das atividades de orientação, pesquisa, elaboração, publicação e acompanhamento crítico dos resultados junto à sociedade.

Sob essa perspectiva, a ação mostrou-se relevante, não apenas no que concerne à disseminação de informação e conhecimento produzidos pela Universidade a públicos externos, mas também como um vetor formativo em consonância com o artigo 4º das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) para o curso de graduação de Relações Internacionais (BRASIL, 2017). Nesse sentido, observa-se que os estudantes colaboradores desenvolvem competências previstas nos incisos III e V, relativas, respectivamente, à capacidade de utilizar novas tecnologias de pesquisa e comunicação, e às habilidades de planejar, propor, executar e avaliar ações de promoção do desenvolvimento em escala local, mediante a coerente integração entre teoria e prática. Por fim, espera-se que o projeto continue a apresentar um crescimento de conteúdos desenvolvidos, aprofundando a discussão de política externa e Relações Internacionais.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Resolução CNE/CES nº 4, de 4 de outubro de 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/mec/pt-br/cne/normas-classificadas-por-assunto/diretrizes-curriculares-cursos-de-graduacao>. Acesso em: 14 de ago. de 2025.

MILANI, Carlos RS; PINHEIRO, Letícia. Política externa brasileira: os desafios de sua caracterização como política pública. *Contexto internacional*, v. 35, p. 11-41, 2013.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. Apostila do curso Linguagem Simples no Setor Público. Brasília, 2020. Disponível em: <https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/6181/1/Apostila%20do%20curso%20Linguagem%20Simples%20no%20Setor%20Pu%CC%81blico.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS. Projeto Pedagógico do Curso de Relações Internacionais. Pelotas, 2021. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/ri/files/2021/10/PPC-RI-MAIO-2021-Versao-final.pdf>. Acesso em: 20 de ago. de 2025.

## ASSESSORIA DE IMPRENSA NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA: A ATUAÇÃO DA MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO

**GIULIA LEMONS BRUM<sup>1</sup>**; **SOFIA MAZZA MACHADO<sup>2</sup>**; **VINÍCIUS BARCELLOS<sup>3</sup>**,  
**MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – [lemonsbrumgiulia@gmail.com](mailto:lemonsbrumgiulia@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – [sofiamazzamachado@gmail.com](mailto:sofiamazzamachado@gmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pelotas – [viniciusbarcellosvs@gmail.com](mailto:viniciusbarcellosvs@gmail.com)

<sup>4</sup> Universidade Federal de Pelotas – [marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br](mailto:marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br)

### 1. INTRODUÇÃO

A Marte configura-se como uma iniciativa de extensão vinculada à Universidade Federal de Pelotas (UFPel), voltada à prática na área da comunicação. O projeto tem como propósito central conciliar a teoria aprendida em sala de aula com a vivência profissional, proporcionando aos estudantes a oportunidade de desenvolver portfólio e adquirir experiência em assessoria de imprensa e produção de conteúdo. Além de promover a formação dos discentes, o projeto estabelece um elo comunicacional entre a universidade e a sociedade, reforçando a relevância das atividades extensionistas como meio de integração com diferentes públicos.

Entre os parceiros atualmente atendidos pela agência, estão o Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL), a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), o Museu Diários do Isolamento (MuDI), o Projeto Geoparque Paisagem das Aguas (PGPA), o Grupo de pesquisa em Inteligência Artificial e Análise Preditiva em Saúde (GIAAPS) e Rede Sul de Garantia de Direitos para mulheres e meninas. O trabalho com cada cliente inicia-se por meio de um processo de briefing, etapa fundamental para compreender demandas, públicos e especificidades de comunicação (DUARTE, 2018). A partir dessas informações, são planejadas estratégias de assessoria de imprensa e produção de conteúdo para redes sociais, sempre respeitando as necessidades particulares de cada instituição.

### 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho é a do estudo de caso, abordagem que, segundo Yin (2001), permite uma análise aprofundada de um fenômeno específico em seu contexto real, proporcionando uma compreensão mais precisa das interações e processos envolvidos com o meio social. Essa metodologia é especialmente eficaz para examinar o funcionamento de iniciativas como o projeto de extensão Marte - Agência de Conteúdo, da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), e compreender as estratégias de assessoria de comunicação utilizadas junto aos seus clientes.

Neste estudo, direcionamos a análise para dois dos principais clientes atendidos pela agência: a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) de Pelotas e o Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da UFPel. Nossa objetivo é compreender a dinâmica das relações estabelecidas entre a agência e essas instituições, assim como as estratégias de comunicação adotadas e produção de conteúdo. O material produzido passa pela supervisão da professora

Marislei Ribeiro, coordenadora do projeto, que acompanha e orienta as atividades desenvolvidas.

A APAE Pelotas é uma organização sem fins lucrativos que oferece suporte, educação e serviços especializados para pessoas com deficiência intelectual e múltipla, além de apoio às suas famílias. Seu principal objetivo é promover a inclusão social, a autonomia e a qualidade de vida dessas pessoas, assegurando o acesso a direitos fundamentais como educação, saúde e assistência social.

O Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL/UFPel), por sua vez, é uma iniciativa acadêmica voltada à pesquisa, ao ensino e à formação de mestres e doutores na área de Letras, consolidando-se como um espaço de produção de conhecimento científico e de promoção da reflexão crítica sobre linguagem, literatura e ensino. O Programa tem como objetivo principal fomentar a pesquisa acadêmica, a divulgação científica e a formação de profissionais capazes de contribuir para o avanço da ciência e para o fortalecimento da educação no Brasil. Além disso, o PPGL busca ampliar sua inserção social e institucional, promovendo atividades de extensão e diálogo com a comunidade, o que evidencia a importância da comunicação estratégica para a visibilidade de suas ações e resultados.

O trabalho com os clientes foi conduzido em etapas. Inicialmente, a Marte observou os objetivos pretendidos por cada instituição, realizando reuniões e a produção de um Briefing para compreender o ponto de partida. Com base nesse Briefing, a agência pôde discernir as necessidades de cada cliente e identificar seus respectivos públicos-alvo.

Em seguida, foram realizadas reuniões periódicas com os representantes das instituições com o propósito de coletar informações relevantes para o desenvolvimento de estratégias de assessoria de comunicação. Para guiar esse processo, a Marte aplicou o modelo DPIM (Diagnosticar, Planejar, Implementar e Medir), desenvolvido por Suzel Figueiredo (2020). A primeira fase, "Diagnosticar", focaliza a análise da situação presente de cada cliente, tornando possível traçar estratégias adaptadas ao cenário de cada instituição.

Com base nesse diagnóstico, a agência estruturou planos de comunicação personalizados, que incluíram a entrega de fluxos de postagens, identidade visual e linhas editoriais a serem seguidas. O estudo de caso, portanto, nos permitiu compreender de forma aprofundada como a Marte opera na prática, analisando as especificidades e estratégias adotadas em diferentes contextos institucionais.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

#### 1. Associação de Pais e Amigos dos Expcionais (APAE)

Entre os clientes atendidos pela agência, a Associação de Pais e Amigos dos Expcionais (APAE) apresenta particularidades importantes por sua atuação direta na comunidade pelotense. A parceria teve início em um momento crítico para a instituição, marcado pela escassez de recursos financeiros e pela ameaça de interrupção de suas atividades, o que demandava estratégias urgentes de comunicação.

Nesse contexto, a Marte desenvolveu ações voltadas à imprensa e às redes sociais, com a elaboração e envio de releases para veículos locais e a criação de conteúdos digitais que visavam ampliar a visibilidade da associação. O trabalho incluiu, ainda, a definição do público-alvo, o fortalecimento da identidade

visual e a produção de materiais audiovisuais, realizados tanto pela própria agência quanto em parceria com outros projetos de jornalismo da universidade, como o Em Pauta, que abordou pautas relacionadas aos princípios e valores defendidos pela entidade.

Houve um fortalecimento institucional da APAE, refletido no aumento de sua presença digital e no reconhecimento por parte da comunidade. Mais de um ano após o início da parceria, a associação segue em expansão, registrando desempenho expressivo nas redes sociais: mais de 50 mil visualizações no perfil do Instagram nos últimos 30 dias, ultrapassando 100 mil visualizações nos últimos 90 dias, além de um crescimento de 217 seguidores, que totalizam 2.045 no período em que este material foi produzido.



Figura 1: Feed do Instagram do cliente

## 2. Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL)

Os dois anos de parceria entre o PPGL e a Agência Marte geraram resultados expressivos na comunicação e na visibilidade do Programa. As publicações nas redes sociais, especialmente no Instagram, passaram a seguir uma identidade visual coesa e uma linha editorial consistente, o que contribuiu para o aumento do engajamento com o público e para a maior divulgação de eventos, palestras e defesas. Através da análise do painel profissional das redes sociais, a Agência Marte mantém o acompanhamento constante do crescimento digital dos perfis do assessorado, produzindo relatórios mensais detalhados que demonstram a evolução dos indicadores de alcance, interações e engajamento.

Desde o início do acompanhamento, o perfil do PPGL apresentou um crescimento de 160% no engajamento, consolidando a relevância do trabalho realizado. Outro marco importante da parceria é o desenvolvimento do podcast Palavreando, que representa um avanço significativo na estratégia de democratização do acesso à ciência. Previsto para estrear em setembro de 2025, o programa busca aproximar o conhecimento acadêmico de públicos mais diversos, conectando as pesquisas desenvolvidas no PPGL com debates atuais da sociedade. No episódio piloto, o coordenador Eduardo Marks apresenta o Programa, abordando sua história, estrutura administrativa e importância, com o

objetivo de incentivar potenciais novos pós-graduandos a conhecerem e se aproximarem do PPGL.

Além disso, futuros episódios contarão com a participação de mestrandos e doutorandos do Programa, que trarão temáticas diversas, como a presença das mulheres no meio acadêmico, a experiência de alunos internacionais e as temáticas de diversos trabalhos de pesquisa dos alunos.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A experiência da agência Marte junto à Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE) demonstra como projetos de extensão universitária podem impactar de maneira significativa instituições da comunidade. A partir da aplicação de estratégias de comunicação, foi possível ampliar a visibilidade da associação, fortalecer sua imagem institucional e contribuir para sua continuidade em um momento de instabilidade. Os resultados obtidos evidenciam a importância da atuação extensionista como ponte entre a universidade e a sociedade, proporcionando benefícios para a entidade atendida e, ao mesmo tempo, oferecendo aos estudantes um espaço de aprendizado prático.

A parceria entre a Agência Marte e o PPGL tem se mostrado fundamental para fortalecer a presença digital do Programa e ampliar sua capacidade de dialogar com públicos diversos. Ao investir em estratégias de comunicação multiplataforma, a assessoria contribui para a divulgação da produção científica e para a construção de uma imagem institucional mais próxima da comunidade. A criação do podcast Palavreando surge como uma iniciativa inovadora para a popularização do conhecimento, estabelecendo pontes entre o meio acadêmico e a sociedade. Essa aproximação reforça o compromisso social da universidade, promovendo um ambiente de troca, aprendizado e acessibilidade, além de abrir novas possibilidades para a divulgação de pesquisas e atividades.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUARTE, J. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

FIGUEIREDO, S. Diagnosticar, monitorar e medir: reputação em três campos. In: PRADO, E. (Org.). **Gestão da reputação: riscos, crises e imagem corporativa**. São Paulo: ABERJE, 2020. Cap. 3, p. 55-63.

MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO. **Sobre Marte**. Marte Agência de Conteúdo, 2018. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/marteagencia/sobre-marte>. Acesso em: 28 ago. 2025.

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS. **Sobre o PPGL**. História, 2025. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/ppgl/inicio/>. Acesso em: 28 ago. 2025.

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

## INSTAGRAM COMO CANAL DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM SAÚDE PÚBLICA: RELATO DO CENTRO DE DIAGNÓSTICO E PESQUISA EM MICOLOGIA VETERINÁRIA (MICVET-UFPel)

LARA COSTA GRUMANN MICHEL<sup>1</sup>; JULIANA MONTIEL NUNEZ<sup>2</sup>; LUANA PEREIRA RAMIREZ<sup>3</sup>; MARIA ENILDA BORGES MACHADO<sup>4</sup>; ISABELA DE SOUZA MORALES<sup>5</sup>; RENATA OSÓRIO DE FARIA<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [laracmichel@gmail.com](mailto:laracmichel@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [julianamontielnunez@gmail.com](mailto:julianamontielnunez@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [luluramirez271@gmail.com](mailto:luluramirez271@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [mariaenilda.nove@gmail.com](mailto:mariaenilda.nove@gmail.com)

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – [isabelasmorales99@gmail.com](mailto:isabelasmorales99@gmail.com)

<sup>6</sup>Universidade Federal de Pelotas – [renataosoriovet@gmail.com](mailto:renataosoriovet@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

A expansão global do uso da internet possibilitou à população um acesso mais amplo a informações que, de outro modo, permaneciam restritas. Nesse cenário, as redes sociais assumem papel central na conexão entre indivíduos e organizações de saúde, favorecendo o alcance das informações e estimulando seu uso crescente como ferramentas de comunicação em saúde pública. Embora canais digitais já sejam utilizados por instituições de saúde, ainda persistem barreiras para a difusão de mensagens, entre elas a limitação de recursos financeiros destinados ao compartilhamento de informações. Diante disso, plataformas digitais vêm se tornando, cada vez mais, alternativas indispensáveis possibilitando a disseminação de conteúdo de maneira dinâmica e acessível, alcançando públicos diversos e favorecendo a integração entre ciência e sociedade [GATEWOOD, 2020].

Entre essas plataformas, o Instagram tem se consolidado como um dos meios mais eficazes de engajamento, especialmente entre o público jovem. Seus recursos interativos, como quizzes, caixas de perguntas e enquetes, estimulam a participação ativa dos usuários, seu grande alcance favorece mudanças de comportamento e contribuem para o aprendizado coletivo [ZIMMERMANN, 2025].

No contexto das infecções fúngicas, historicamente pouco reconhecidas em sua importância para a saúde coletiva, o uso das redes sociais surge como uma estratégia eficaz para ampliar a visibilidade e favorecer a circulação de informações confiáveis. Além de favorecer a educação em saúde, possibilitam a formação de redes de pesquisa e ampliam o envolvimento da sociedade com temas negligenciados [STONE, 2023]. Nesse sentido, o Centro de Diagnóstico e Pesquisa em Micologia Veterinária (MICVET/UFPel) tem papel fundamental na disseminação de informações científicas de qualidade, com foco em zoonoses e micoses de relevância emergente. Por meio da produção de conteúdo acessível e embasado, busca-se aproximar o conhecimento acadêmico da sociedade, contribuindo para a conscientização sobre enfermidades de impacto em saúde pública, como a esporotricose.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada consistiu na utilização do perfil @micvetufpel, no Instagram, como ferramenta extensionista voltada à divulgação de conteúdos relacionados à micologia veterinária, saúde pública e zoonoses.

A página é administrada por uma discente do curso de Medicina Veterinária, sob supervisão docente, e tem como objetivo tornar o conhecimento científico mais acessível à população. Foram produzidos posts informativos, quizzes e enquetes interativas, que buscaram estimular a participação do público e aproximar a comunidade dos temas abordados.

O impacto da ação foi avaliado por meio de métricas disponibilizadas pela própria plataforma, como número de visualizações, interações e respostas em enquetes, consideradas indicadores de engajamento e alcance. Além de contribuir para a conscientização social, a atividade promoveu a articulação entre ensino, pesquisa e extensão, ao integrar a produção científica do laboratório com a prática formativa dos estudantes envolvidos.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O perfil do MICVET no Instagram apresentou, no período avaliado, um total de 19 publicações no feed e 61 conteúdos em stories. Para este trabalho, foram considerados 23 materiais relacionados a doenças fúngicas, zoonoses e saúde pública. Os posts analisados obtiveram em média 1.478 visualizações e 49 interações totais (curtidas, comentários, envios e salvamentos). Já os stories com enquetes e quizzes alcançaram em média 217 visualizações e registraram média de 28 respostas, evidenciando participação do público em atividades de caráter interativo.

Dentre os conteúdos, destacou-se a publicação sobre esporotricose felina, que registrou o maior engajamento, alcançando 3.051 visualizações e 85 interações. Nos stories, o material referente ao complexo *Trichophyton mentagrophytes* em amostra de canino obteve 871 visualizações, configurando-se como o mais visto nesse formato. A enquete sobre a ocorrência de casos graves de esporotricose em felinos, ilustrada com a foto de uma lesão nódulo-ulcerativa em região facial, reuniu 38 respostas, indicando o interesse dos seguidores em conteúdos de caráter interativo relacionados à micologia veterinária.

Os resultados demonstram que a utilização do Instagram como ferramenta de extensão ampliou a circulação de informações científicas de forma acessível, aproximando os usuários de temas de relevância em saúde pública, principalmente sobre zoonoses de origem fúngica. Além do impacto social, a experiência contribuiu para a formação acadêmica dos estudantes envolvidos, ao possibilitar o desenvolvimento de habilidades em comunicação científica, análise de métricas digitais e elaboração de estratégias de divulgação em saúde.

## 4. CONSIDERAÇÕES

O uso do Instagram como ferramenta de extensão universitária demonstra potencial para ampliar o alcance das ações em saúde pública de forma acessível e gratuita. Neste contexto, a disponibilização de mais recursos sem custo, como mecanismos que aumentem o alcance das publicações, poderia ampliar ainda mais a difusão de conteúdos educativos e de conscientização. O crescimento constante do meio digital evidencia que essa plataforma está em ascensão como espaço de troca, permitindo que informações qualificadas circulem de maneira mais ampla. Nesse cenário, torna-se fundamental valorizar a conscientização da população por meio da propagação de conteúdos confiáveis, especialmente frente à circulação de fake news que comprometem a prevenção e o entendimento real das doenças. Assim, a experiência do MICVET evidencia o papel do Instagram como um canal de aproximação e diálogo entre universidade e comunidade.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GATEWOOD, J.; MONKS, S. L.; SINGLETARY, C. R.; VIDRASCU, E.; MOORE, J. B. Social media in public health: strategies to distill, package, and disseminate public health research. *Journal of Public Health Management and Practice*, Philadelphia, v.26, n.5, p.489-492, 2020.
- CORONA, V.; GRIS, A.; VILLANI, L.; BONACQUISTI, M.; PIETRO, G.; CAMPO, E.; MORRA, M.; GUALANO, M.; RICCIARDI, W. The use of Instagram for health promotion and prevention: a scoping review. *Population Medicine*, Warsaw, v.5, supl., p.A1638, 2023. DOI: 10.18332/popmed/164274.
- ZIMMERMANN, E.; TOMCZYK, S. The ways of using social media for health promotion among adolescents: qualitative interview and focus group study. *Journal of Medical Internet Research*, Toronto, v.27, e71510, 2025. DOI: 10.2196/71510.
- STONE, N. R. H. Social mycology: using social media networks in the management of aspergillosis and other mycoses. *Mycopathologia*, Dordrecht, v.188, p. 415-425, 2023. DOI: 10.1007/s11046-023-00726-0.

## EDUCOMUNICAÇÃO E EXTENSÃO: DEMOCRATIZANDO SABERES POR MEIO DA PRODUÇÃO DE PODCAST

**MARIA EDUARDA RODRIGUES TEIXEIRA<sup>1</sup>; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO<sup>2</sup>;**  
**MICHELE NEGRINI<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mariarteixeira.eduarda@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mmnegrini@yahoo.com.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A educomunicação é compreendida como um campo que integra práticas educativas e processos comunicacionais, estimulando a reflexão crítica, a expressão criativa e a participação social (SOARES, 2011). Trata-se de uma abordagem participativa, dialógica e crítica, que contribui para o desenvolvimento comunitário e a integração entre comunicação e educação (MARQUES; BORGES, 2016). O projeto Educomunicação, vinculado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), insere-se nesse contexto como ação extensionista cujo eixo central é a produção de podcasts em caráter interdisciplinar e colaborativo.

O formato de podcast, devido ao seu potencial educativo e de acessibilidade, representa uma alternativa comunicacional capaz de aproximar a universidade da sociedade, promovendo debates acadêmicos e sociais em linguagem clara e atrativa (MOURA; CARVALHO, 2006). Além disso, pesquisas apontam que o uso desse recurso em ambientes educativos favorece a aprendizagem coletiva, a autonomia e a ampliação do repertório cultural (JUNIOR; COUTINHO, 2007). Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo relatar as experiências do projeto Educomunicação na produção de podcasts em caráter interdisciplinar, destacando seus impactos sociais e acadêmicos, bem como as parcerias estabelecidas ao longo de 2025.

### 2. METODOLOGIA

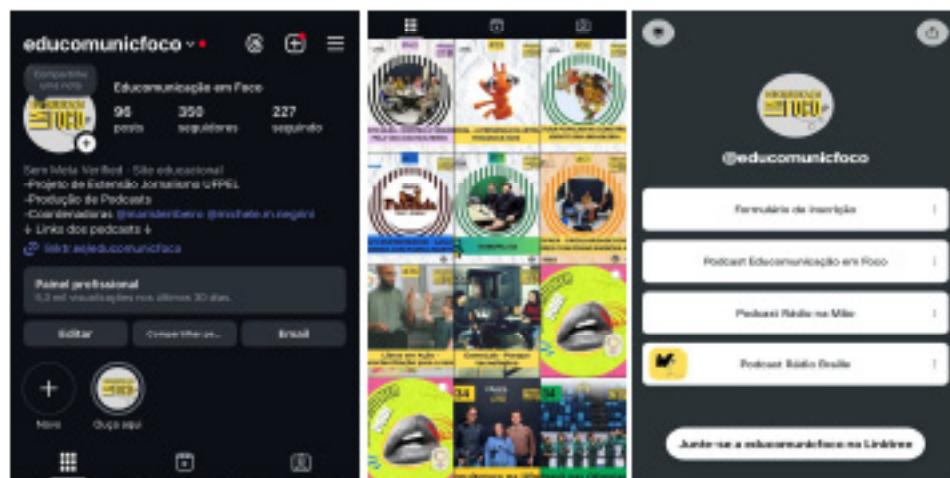
Para alcançar o objetivo, a metodologia adotada neste trabalho é de natureza descritiva, conforme Gil (1999), uma vez que se dedica a relatar e analisar práticas e vivências extensionistas no contexto da produção de podcasts. O caráter descritivo justifica-se pelo registro sistemático das etapas do projeto, bem como pela análise de seus desdobramentos sociais e acadêmicos.

As atividades organizam-se por meio de reuniões semanais, realizadas de forma remota todas as quintas-feiras, nas quais são definidas pautas, discutidos roteiros e distribuídas funções entre os participantes. Os estudantes de Jornalismo assumem a apuração, entrevistas, locução e edição, enquanto os parceiros institucionais contribuem com sugestões temáticas, contatos e perspectivas específicas de suas áreas. A produção é gravada no estúdio do curso ou em espaços alternativos, editada pelos próprios alunos e publicada no Spotify do Educomunicação, além de divulgada nas redes sociais institucionais, ampliando o alcance do projeto.

Em 2025, destacam-se parcerias estabelecidas com o Centro de Ciências Socio-Organizacionais (CCSO), envolvendo docentes e discentes da área de Administração; com o Ciclo Permanente de Atividades de Educação Antirracista,

vinculado à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC); com o projeto Libras em Ação, voltado à inclusão e acessibilidade comunicacional; além da colaboração com o Parque Tecnológico de Pelotas, que resultou em dois episódios sobre inovação e empreendedorismo. Também se consolidou o quadro Toda Mulher Pod, produzido por alunas do curso e voltado às temáticas de gênero, representando um espaço de voz e protagonismo feminino no ambiente universitário e comunitário.

**Figura 1 - Divulgação dos episódios nas mídias sociais**



### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

No primeiro semestre de 2025, foram produzidos doze episódios, que abordaram desde questões de gestão organizacional e práticas inclusivas até debates sobre racismo estrutural e direitos das mulheres. A interdisciplinaridade se expressa tanto na diversidade temática quanto no processo de construção dos programas, que envolve diferentes cursos e projetos da UFPel. Assim, o podcast configura-se como veículo de divulgação científica, espaço de diálogo comunitário e laboratório de aprendizagem prática para os estudantes.

Entre as ações sociais, destaca-se a realização de uma oficina na Escola Louis Braille, voltada a alunos com deficiência visual, em que foi trabalhada a produção e a escuta crítica de podcasts como forma de inclusão comunicacional. Além disso, a presença da equipe no stand da UFPel na Fenadoce possibilitou diálogo direto com a comunidade, divulgação do projeto e experimentação sonora em contato com o público. Essas experiências reforçam o potencial da educomunicação em promover acessibilidade, democratização do conhecimento e fortalecimento da cidadania.

O quadro Toda Mulher Pod também se estabeleceu como iniciativa relevante, ao oferecer espaço para discutir igualdade de gênero, protagonismo feminino e sororidade, com a participação de convidadas externas. Essa vertente reafirma a dimensão social do projeto, ampliando sua representatividade e colaboração.

**Tabela 1- Resultado de alcance podcast Educomunicação em Foco**

Episódios	Reproduções	Data de publicação
Toda Mulher Pod Ep 6: As diversas faces do Amar: Conexões femininas para além do romance	10	08/03/2025
Toda Mulher Pod Ep 7: Violência contra a mulher	16	18/03/2025
Toda Mulher Pod Ep 7: Mulheres em liderança	5	19/05/2025
Toda Mulher Pod Ep 9: Desafios da maternidade	7	31/05/2025
GameLab - Parque Tecnológico	5	08/06/2025
Libras em ação - Conscientização para a saúde	5	18/06/2025
CPEAE - Circularidade dos saberes	8	7/06/2025
RoboPel - 213	5	18/07/2025
Papo Empreendedor - Casa da fazenda	15	19/07/2025
Cultura Popular na construção identitária	5	27/07/2025
Especial - A presença da Ufpel na Fenadoce	6	04/08/2025
Agosto Lilás - Contra violência, pela vida das mulheres	34	28/08/2025

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto Educomunicação reafirma a relevância da extensão universitária ao integrar ensino, pesquisa e extensão em torno de práticas comunicacionais. A ampliação das parcerias em 2025 diversificou conteúdos, possibilitou maior inserção comunitária e fortaleceu o protagonismo discente. A produção de podcasts consolidou-se como estratégia de democratização do conhecimento, ao tornar acessíveis debates acadêmicos e sociais a diferentes públicos, ampliando o alcance da universidade para além de seus muros.

Ao potencializar a interdisciplinaridade, incluir perspectivas de acessibilidade e promover debates de gênero e diversidade, o projeto confirma a potência da educomunicação como campo inovador e transformador, em sintonia com as demandas contemporâneas de comunicação e educação.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

JUNIOR, João Batista; COUTINHO, Clara Pereira. **Podcast em Educação: um contributo**. Braga: Universidade do Minho, 2007.

MARQUES, Cláudio Pinto; BORGES, Juliano José de Souza. **Educomunicação: origens e conexões de uma nova área de conhecimento**. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO – CONEDU, 3., 2016, Campina Grande. Anais [...]. Campina Grande: Realize Editora, 2016.

MOURA, Adriana M. C.; CARVALHO, Ana Amélia A. **Podcast: uma ferramenta para usar dentro e fora da sala de aula**. Braga: Instituto de Educação e Psicologia da Universidade do Minho, 2006. Disponível em: <[http://www.inf.ufpr.br/alexid/ARTIGOS\\_MOBILIDADE/Moura\\_Carvalho\\_2006\\_resumido.pdf](http://www.inf.ufpr.br/alexid/ARTIGOS_MOBILIDADE/Moura_Carvalho_2006_resumido.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SOARES, Ismar de Oliveira. «**Mas, afinal, o que é Educomunicação?**» (PDF). Núcleo de Comunicação e Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo: Paulinas, 2011.

## PARCERIA MARTE E PROJETO GEOPARQUE PAISAGEM DAS ÁGUAS – COMO A COBERTURA FOTOGRÁFICA AUXILIA NA DIVULGAÇÃO DE UM PROJETO

**LUÍS ESTEVES SILVA GARCEZ<sup>1</sup>**; **GIULIA LEMONS BRUM<sup>2</sup>**; **MARISLEI  
DA SILVEIRA RIBEIRO<sup>3</sup>**; **ADRIANO LUÍS HECK SIMON<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – luisestevesgarcez@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – Lemonsbrumgiulia@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cedad.ufpel.edu.br*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – adrianosimon@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é apresentar a proposta do projeto de extensão Marte UFPel (agência experimental de assessoria de conteúdo), destacando sua importância no fortalecimento das relações entre a instituição assessorada (Projeto Geoparque Paisagem das Águas, projeto de extensão da UFPel) e a comunidade do território do estuário da Lagoa dos Patos.

O nome da agência representa a dedicação de seus colaboradores, estando relacionado ao planeta Marte e a cultura romana. Segundo Marte Agência de Conteúdo, “[...] o planeta Marte representa a força de vontade, a ambição e a energia que nos rege e nos move em busca de nossos sonhos. [...] Na mitologia romana, Marte é filho de Júpiter e Juno e é considerado o “deus da guerra”. Aqui, o conceito de guerra tem contexto de força de vontade e proatividade, traços trabalhados e estimulados nos integrantes, com a certeza de que serão ferramentas essenciais para enfrentar o mercado de trabalho.

Além do acúmulo de experiência, visto que a empresa Marte trabalha com clientes reais. De acordo com a pesquisadora Kunsch (2003) a área de assessoria de comunicação desempenha papel fundamental na promoção e na consolidação da imagem de uma instituição perante a sociedade, já que a comunicação é indispensável para seu bom funcionamento. Nesse sentido, a Marte busca disponibilizar serviços de comunicação voltados tanto ao público interno quanto ao externo da universidade.

Além disso, este trabalho expõe as principais estratégias de assessoria de comunicação utilizadas para o Projeto Geoparque Paisagem das Águas (PGPA), bem como os planos de ação que ainda serão postos em prática ao longo do desenvolvimento do projeto, visto que este é um cliente novo da empresa (desde 29 de maio de 2025).

### 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada para a cobertura dos eventos do Projeto Geoparque Paisagem das Águas fundamenta-se em procedimentos próprios da comunicação institucional, com enfoque na produção jornalística e na divulgação científica e cultural. Foram utilizados métodos de observação direta e registro em meios textuais, fotográficos e audiovisuais, a fim de garantir uma documentação abrangente e precisa das atividades, conforme a definição de Gil (2008), que caracteriza a observação como uma técnica de pesquisa voltada à obtenção de dados a partir do contato direto com o fenômeno estudado.

A análise das informações coletadas orientou a elaboração de materiais de mídia social de caráter informativo, voltados tanto para o público interno da universidade quanto para a comunidade externa. Tal abordagem metodológica permite não apenas a promoção da imagem do projeto, mas também a construção de uma relação entre a instituição e a sociedade, em consonância com a concepção de Melo (2003), que entende a cobertura jornalística como um processo de mediação social capaz de atribuir sentidos e construir narrativas coletivas. Sendo assim, num primeiro momento foram realizadas práticas jornalísticas baseadas, principalmente, na prática da cobertura jornalística enquanto instrumento de registro, análise e difusão das ações promovidas pelo Projeto Geoparque Paisagem das Águas.

O acompanhamento desses eventos fundamentou-se na observação direta e no registro multimídia, sobretudo fotográfico. A fotografia, nesse contexto, não se limita à função de ilustrar, mas constitui um recurso metodológico essencial na prática jornalística, uma vez que agrega valor documental e simbólico às narrativas produzidas. Para Sousa (2002), o fotojornalismo desempenha um papel fundamental na constituição da notícia, pois alia o caráter estético da imagem ao compromisso de evidenciar a realidade dos fatos.

Dessa forma, cada registro fotográfico realizado durante os eventos do PGPA foi concebido não apenas como material de divulgação, mas também como parte do processo de construção de memória institucional. A prática metodológica adotada, portanto, buscou integrar a cobertura fotográfica à difusão jornalística em redes sociais, ampliando o alcance das ações do Projeto Geoparque Paisagem das Águas e fortalecendo sua presença junto ao público interno da universidade e à comunidade externa. Nesse sentido, a fotografia jornalística se apresenta como ferramenta estratégica de mediação entre o acontecimento e a sociedade, permitindo que os eventos registrados se transformem em narrativas visuais compartilhadas, dotadas de significados coletivos.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O autor acompanhou o projeto Geoparque Paisagem das Águas em diversos eventos em Pelotas - RS durante os meses de julho e agosto de 2025 para fins de registro fotográfico e divulgação em redes sociais. Em 13 de julho, o projeto apresentou sua ação “Geoparque na Rua!”, durante o evento “Ruas de Lazer”; em 20 de julho, o projeto esteve na 31ª edição da Fenadoce, ocupando o estande da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura; em 28 de julho, também na Fenadoce, a coordenação do PGPA realizou uma palestra para falar sobre os objetivos do projeto no auditório central do evento; em 17 de agosto (figura 1), o projeto esteve presente novamente no “Ruas de Lazer”.

Os registros fotográficos realizados pela equipe da Marte Agência de Conteúdo durante os quatro eventos do assessorado foram utilizados em postagens na rede social Instagram que divulgavam e informavam sobre as ações do projeto nas respectivas datas. Durante a escrita deste trabalho (20 de agosto), outros eventos onde o assessorado estará presente já estão agendados, com a responsabilidade de sua cobertura jornalística a ser cumprida pela equipe Marte. Além disso, o autor trabalhará na criação de um site (utilizando Wordpress) e um perfil no Facebook para o projeto Geoparque Paisagem das Águas.



figura 1: Membros do PGPA durante o evento Ruas de Lazer (17 de agosto)

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O Projeto Geoparque Paisagem das Águas difere-se dos outros clientes da agência de conteúdo Marte pois, desde antes do início da parceria, conta com uma presença digital forte e com um time de mídias sociais bem estabelecido. Tendo em vista essa situação, a necessidade do assessorado não se resume à criação de conteúdo para redes sociais e ao gerenciamento de perfis, mas sim a um trabalho em conjunto com o time do PGPA para aperfeiçoar e ampliar o alcance de suas postagens, além de prover suporte em tempo real durante eventos, como os comentados nas seções anteriores.

Nesse contexto, ressalta-se que a assessoria de imprensa tem papel central, pois auxilia a dar visibilidade social para instituições e organizações, a construir sua imagem e atua como agente ativo na coordenação dos fluxos de informação (KUNSCH, 2003). Dessa forma, o trabalho desenvolvido pela Marte Agência de Conteúdo consolida-se como suporte essencial para que o Projeto Geoparque Paisagem das Águas amplie seu alcance e fortaleça sua identidade enquanto geoparque.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO. Sobre Marte. Marte Agência de Conteúdo, 2018. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/marteagencia/sobre-marte>

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

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

MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

SOUSA, J. P. *Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2002.

## (COM)CIÊNCIA COMO UMA ALTERNATIVA NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

LORENZO GOULART BONONE<sup>1</sup>;  
LARA NASI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – bononelorenzo@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – nasi.lara@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O trabalho tem como objetivo apresentar o projeto (Com)Ciência, como uma alternativa no jornalismo científico produzido no âmbito da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). O projeto trabalha com o esclarecimento de dúvidas identificadas em mídias sociais ou enviadas pela comunidade de Pelotas e demais cidades do sul do RS através das plataformas sociais Instagram e Tiktok, e utiliza de fontes locais como pesquisadores da própria UFPel. Com isso, pode-se desenvolver uma cobertura jornalística local, que identifica dúvidas e acontecimentos da região que podem ser respondidos com o auxílio do conhecimento científico.

A iniciativa destaca-se pela sua abordagem colaborativa, unindo estudantes de Jornalismo a alunos e professores de diversas áreas do conhecimento. Essa parceria é fundamental para garantir a credibilidade e a precisão das informações divulgadas.

Ao compartilhar o conhecimento, que muitas vezes fica restrito ao ambiente universitário, através dos perfis [@comciencia.ufpel](#) no Instagram e [@comcienciaufpel](#) no TikTok, o projeto promove a democratização da ciência, tornando-a mais acessível a todos e respondendo diretamente às necessidades da comunidade local.

Conforme Bueno (2010), o jornalismo científico atua como uma ponte entre a comunidade científica e o público em geral. Ele se baseia em informações de especialistas – como pesquisadores e profissionais da área – para traduzir o conhecimento complexo de uma forma que todos possam entender. O objetivo é democratizar o acesso à ciência e à tecnologia, permitindo que as pessoas participem de discussões importantes sobre temas que impactam o seu dia a dia. Em essência, o jornalismo científico decodifica a linguagem técnica e a torna acessível, promovendo a inclusão e a participação cidadã.

### 2. METODOLOGIA

O projeto optou por usar as mídias sociais como canal de divulgação para alcançar um público mais amplo e para combater diretamente a desinformação, já que são nessas plataformas que as notícias falsas mais se espalham.

Para a seleção dos temas, os alunos se basearam na Teoria de Gatekeeping, inspirada nas análises de Shoemaker (2016), que analisou a história da teoria e desenvolveu um pensar nos meios digitais e webjornalismo, indicando que os consumidores também escolhem as pautas, de forma indireta. Em vez de apenas decidir o que seria publicado, o objetivo é organizar as informações para que o público leigo tenha acesso facilitado. Eles monitoram as conversas e os conteúdos que viralizam em aplicativos como WhatsApp e em plataformas sociais como Facebook e TikTok, identificando informações incorretas

ou curiosidades científicas. A partir daí, atuam como mediadores para transformar esses temas em conteúdo jornalístico.

Após a escolha da pauta, as equipes, formadas por um a três estudantes, são designadas para a produção dos materiais, que incluem vídeos para Reels e TikTok e carrosséis para o Instagram. A organização interna do projeto é feita por meio de uma pasta compartilhada no Google Drive, com seções dedicadas a modelos de produção, publicações futuras e um arquivo das publicações já feitas.

O projeto conta com uma equipe diversificada, composta tendo a possibilidade de ser complementada por alunos da disciplina de estágio obrigatório do curso de Jornalismo e contando com 13 alunos de uma disciplina específica e 15 voluntários. Para manter a frequência e a padronização, foram definidas algumas regras, como a publicação semanal de vídeos às quintas-feiras e de carrosséis às sextas-feiras, mas flexibilizado para finais de semanas devido ao alcance das plataformas. Além disso, todos os materiais seguem um padrão visual (com a primeira imagem do carrossel padronizada e o uso do logotipo do projeto) e de acessibilidade (com legendas em todos os áudios) para garantir a qualidade e a coerência do conteúdo.

### **3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS**

Até o momento, o projeto produziu 33 conteúdos sobre diversos temas, como meteorologia, saúde, atualidades, psicologia e geologia. Três exemplos se destacam:

#### **1. Terremoto em Pelotas**

Após relatos de um tremor e estrondo na cidade, o projeto investigou o caso. Theodora Nunes e Maria Eduarda Santos consultaram o professor de Engenharia Geológica da UFPel, Felipe Leitzke, e o coordenador da Defesa Civil, Márcio Facin. A equipe confirmou que a teoria de uma explosão em pedreira, que circulava nas redes, era falsa. O tremor atingiu 2,5 na Escala Richter, mas não se confirmou a causa. O conteúdo gerou grande engajamento, com 690 reproduções no Instagram e 1.593 visualizações no TikTok.

#### **2. Doação de Sangue: Mitos e Verdades**

Em resposta à escassez de bolsas de sangue no Hemocentro de Pelotas, Júlio Gemiaki produziu um conteúdo esclarecedor sobre o tema. Ele entrevistou uma assistente social do hemocentro local para desmistificar os medos e dúvidas da população sobre a doação. O material teve um alcance expressivo, com mais de 3.500 perfis alcançados no Instagram e um alto índice de interação (49% de não seguidores).

#### **3. Professor Odir Dellagostin na Academia Mundial de Ciências**

O projeto celebrou a conquista do professor Odir Dellagostin, da UFPel, eleito membro da Academia Mundial de Ciências. O conteúdo produzido por Maria Eduarda Santos e Theodora Nunes destacou a trajetória do pesquisador e sua contribuição para a ciência, como o desenvolvimento de vacinas contra a leptospirose. A publicação teve um alcance notável no Instagram, com 2.997 visualizações no Reels e carrossel, além de um alto engajamento de 68% de não seguidores.

Esses exemplos demonstram como o projeto aborda temas relevantes e locais, usando a credibilidade de fontes especializadas para combater a desinformação e informar o público de forma clara e acessível.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Após um ano, o projeto se mostrou um sucesso, com alta adesão dos alunos de Jornalismo. Para garantir que essa participação continue, a iniciativa convidou estudantes de diversos semestres (do primeiro ao sétimo) para se unirem à equipe de forma voluntária. Como o idealizador está próximo de se formar, dois alunos do sexto semestre foram convidados para assumir as responsabilidades de produção. O impacto do projeto também é visível no meio acadêmico, com a ampla colaboração de pesquisadores e professores de instituições públicas e privadas.

O próximo grande passo do projeto é aumentar seu alcance para o público geral da região sul do estado. Para isso, novas estratégias estão sendo elaboradas. A equipe discute, por exemplo, a possibilidade de participar de eventos presenciais como o Ruas de Lazer, que conecta a universidade com a população de Pelotas, e a Mostra de Cursos da UFPel. A ideia é levar o projeto para fora do ambiente virtual, estreitando os laços com a comunidade e alcançando futuros estudantes.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*, [S. I.], v. 15, n. 1 esp., p. 1–12, 2010. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 25 ago. 2025.

FERREIRA, Gil Baptista. Transformações do Gatekeeping na era dos novos media a internet, os valores e as práticas do jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, Brasília. Vol. 14. N. 2. Agosto, 2018. Disponível em: [https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1026/pdf\\_1](https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1026/pdf_1). Acesso em: 25 ago. 2025.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia. Penso Editora, 2016

## COMUNICAR PARA RESISTIR: O PAPEL DA EDUCOMUNICAÇÃO NO DESAFIO PRÉ-UNIVERSITÁRIO POPULAR

**LAUREN ALESSANDRA DORNELES RAMOS GUIMARÃES<sup>1</sup>**; **CAMILLE DE AVILA VOIGT<sup>2</sup>**; **CATIA FERNANDES DE CARVALHO<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – laurenramosg@yahoo.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – camilleavila@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – catiacarvalho.ufpel@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O Desafio Pré-Universitário Popular é um dos projetos de extensão mais antigos da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e se consolida como um projeto estratégico da PREC-UFPel. Com 32 anos de existência, o curso pré-universitário popular é gratuito e tem como objetivo preparar estudantes em situação de vulnerabilidade social para o ingresso no ensino superior, a partir de uma abordagem crítica e participativa, enraizada nos princípios da educação popular freiriana.

O projeto volta sua proposta pedagógica para aqueles que não podem pagar por um curso pré-ENEM particular, contribuindo para que cada vez mais as pessoas das camadas populares acessem aquilo que lhes é de direito: a educação em nível superior de forma pública, gratuita e de qualidade.

Em 2025, no entanto, o projeto enfrenta uma de suas maiores crises. O atraso no repasse de bolsas destinadas a educandos e educadores levou à suspensão provisória das aulas presenciais, deixando salas vazias e revelando a urgência de garantir condições concretas de permanência para quem depende do Desafio. Nesse cenário, a comunicação assume papel central não apenas na denúncia da precariedade vivida, mas também na mobilização externa e no fortalecimento das redes de apoio que sustentam o projeto.

A experiência extensionista no Desafio Pré-Universitário Popular tem evidenciado, de forma contundente, como a comunicação pode se tornar um eixo estratégico diante das dificuldades que atravessam esse território de educação popular. O cenário recente de incertezas e precarização impacta diretamente a permanência dos educandos, muitos deles oriundos de contextos de vulnerabilidade social, e exige respostas coletivas que ultrapassam a sala de aula. Nesse sentido, a comunicação se revela não apenas como canal de denúncia das condições adversas enfrentadas, mas também como espaço potente de mobilização e valorização da história e da legitimidade do projeto.

Assim, o objetivo deste trabalho é refletir, a partir de nossas ações enquanto estudantes extensionistas, sobre a educomunicação<sup>1</sup> no contexto do Desafio Pré-Universitário Popular, compreendendo-as como expressões de uma educação libertadora, na qual a denúncia das condições de precarização se articula à construção de práticas pedagógicas de resistência e à criação de espaços de diálogo, mobilização e transformação coletiva.

<sup>1</sup> Educomunicação é usar a força dos meios de comunicação comunitários para dar voz ao que a mídia de referência silencia. (SILVA, 2020, p.6).

## 2. METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido com base na atuação das autoras como bolsistas da Pró Reitoria de Extensão na área de comunicação e secretaria, e enfatiza o Projeto Desafio Pré-Universitário Popular. Desta forma, o resumo apresentado tem por base os relatos dos bolsistas sobre o Projeto Desafio, abordando as reflexões e observações de sujeitos que vivenciam a experiência da educação popular.

Como estratégias metodológicas: relatos de experiência; revisão bibliográfica; análise das redes sociais (e outros canais de divulgação utilizados), documentos do Desafio (tais como relatórios) e materiais de divulgação.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

De acordo com FREIRE (2021), a comunicação é gerada a partir do pensamento em conjunto. Para o autor, o mundo humano é fundamentalmente um mundo de comunicação e intersubjetividade, onde a intercomunicação (capacidade de diálogo) é essencial para a construção do conhecimento e da própria humanidade. Neste ano, após o atraso no repasse de bolsas, tivemos como estratégia utilizar o espaço das redes sociais e outros meios de comunicação, como rádio, televisão e assembleias públicas, como forma de manifesto e de luta com o descaso que estava acontecendo com o projeto. Os atrasos impactam a permanência dos educandos nas aulas, basicamente negando a eles o acesso à educação. Já que eles, estudantes em situação de vulnerabilidade social e econômica, necessitam da bolsa para pagar alimentação e transporte e dar sustentabilidade a uma rotina escolar.

A realidade dos estudantes do curso é marcada por desafios sociais, econômicos e educacionais profundos. A grande maioria dos alunos pertencem a famílias de baixa renda, muitas vezes residentes das periferias, onde as condições de acesso à educação de qualidade são limitadas. Entre os formulários preenchidos no ato da inscrição, é possível perceber que alguns estudantes vivem em situações de vulnerabilidade extrema, com famílias cuja renda per capita chega a ser igual a zero, dependendo exclusivamente da bolsa para que possam frequentar as aulas, onde eles têm diariamente o custo com transporte público e alimentação.

No entanto, conseguimos entender que: para esses jovens, o pré-universitário não é apenas uma preparação acadêmica, mas um espaço de acolhimento, pertencimento e esperança. Ao oferecer acompanhamento pedagógico e apoio humano, o projeto se torna um instrumento de transformação social, contribuindo para que esses alunos visualizem a universidade como um caminho possível, rompendo com o ciclo de exclusão e vulnerabilidade em que muitos se encontram.

Os educandos começaram a se sentir encorajados a colaborar na produção de conteúdo para as redes sociais e participar dos demais meios de comunicação, com o objetivo de manifestar seus direitos perdidos.

Com o olhar e voz dos principais afetados com o atraso, notamos uma grande repercussão e mobilização nas redes sociais, principalmente no Instagram. O primeiro vídeo notificando o atraso das bolsas, produzido por iniciativa própria dos educandos, teve o dobro de visualizações em relação aos

outros conteúdos que haviam sido publicados nas redes sociais, com um total de 11.145 visualizações, 244 curtidas, 14 comentários e 70 compartilhamentos.

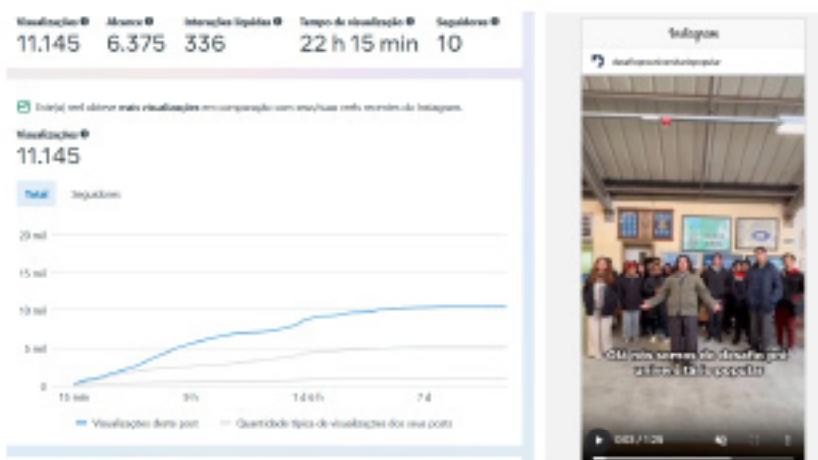


Figura 1 - Visão geral do vídeo produzido pelos educandos para as redes sociais

Além disso, entre o mês de julho a agosto, produzimos outros conteúdos utilizando as redes sociais como forma de luta e manifestação, que também atingiu um grande número de interações e atraiu novos seguidores para a página do projeto. Ressaltamos que após a divulgação destes conteúdos, houveram mensagens no Instagram de pessoas apoiando o projeto e contato de jornalistas disponibilizando espaços de fala em rádios, jornais e televisão.



Figura 2 - Conteúdos mais relevantes por visualização no Instagram do projeto

Após a produção dos conteúdos sobre a realidade atual do Desafio, os educandos produziram cartazes durante uma aula de sociologia para uma Assembleia Pública do projeto. Eles tiveram a oportunidade de transformar reflexões sobre suas próprias vivências em mensagens coletivas de luta e denúncia. Essa prática, fundamentada em uma perspectiva freireana, possibilitou que os estudantes se reconhecessem como agentes de transformação.

Como destaca KAPLUN apud SILVA (2019), a educomunicação parte da realidade vivida para criar narrativas próprias, confrontando os discursos elitistas, que frequentemente invisibilizam as juventudes periféricas. Nesse sentido, os cartazes se tornam instrumentos de resistência simbólica, capazes de disputar sentidos sobre o direito à educação, ao mesmo tempo em que ampliam a noção de pertencimento ao projeto.

Pode a educação — ou a educomunicação — operar a mudança? Que mudança queremos? A perspectiva de educação que atravessa todo o processo

reflexivo deste texto não se limita a reproduzir os mecanismos de uma sociedade elitista. Pelo contrário, ela entende a educação como instrumento de conscientização e transformação, capaz de promover mudanças concretas na vida das pessoas e na sociedade. Trata-se de uma prática intencional — nada neutra — que busca romper com estruturas opressivas, estimulando a ação social, o engajamento crítico e a construção de coletivos conscientes, capazes de intervir na realidade e lutar por justiça social. Nesse sentido, o processo de educomunicação no contexto do Desafio assume um duplo papel: é ao mesmo tempo um ato político e pedagógico.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Os relatos sobre a experiência comunicacional do Desafio Pré-Universitário Popular evidenciam que a educomunicação, articulada à educação popular freiriana, pode se constituir não apenas como denúncia, mas também como criadora de possibilidades pedagógicas e de resistência, diante das tentativas de silenciamento e precarização da educação pública. Em meio ao contexto de cortes e atrasos de bolsas, a comunicação deixa de ser apenas informativa para assumir um papel mobilizador, capaz de articular estudantes, educadores, coletivos e comunidade em defesa do direito à educação.

A inserção dos educandos no processo comunicativo fortalece sua autonomia, amplia o sentimento de pertencimento e reafirma a centralidade do diálogo como caminho para transformar realidades. As práticas desenvolvidas, desde a produção de cartazes até a produção de conteúdo das redes sociais, demonstram que a comunicação é também um espaço pedagógico, sendo possível construir saberes, identidades e estratégias coletivas de luta.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Freire, Paulo. *Educação e Mudança*. 51ª ed. Trad. de Moacir Gadotti & Lilian Lopes Martin. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2024.

Freire, Paulo. *Extensão ou Comunicação?* 23. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2021

Guia do Estudante Extensionista . Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/prec/files/2019/10/guia-do-estudante-extensionista.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2025.

Regimento interno Desafio Pré - Universitário Popular. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/desafio/projeto/>>. Acesso em: 16 ago. 2025.

Silva, Merli Leal. Pedagogia freireana na perspectiva da educomunicação popular. *Revista de Educação Popular*, Uberlândia, v. 18, n. 3, p. 4–19, 2020. DOI: 10.14393/REP-v18n32019-48040. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/reveducpop/article/view/48040>. Acesso em: 16 ago. 2025.

## AVALIAÇÃO DO ALCANCE E INTERAÇÃO DIGITAL DO PROJETO GEOPARQUE PAISAGEM DAS ÁGUAS NAS REDES SOCIAIS

LAIDINER RUTZ TRETTIN<sup>1</sup>; ADRIANE SAMPAIO<sup>2</sup>; DR. ADRIANO LUÍS HECK  
SIMON<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas1 – [laidiner.trettin@hotmail.com](mailto:laidiner.trettin@hotmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas2 – [adriane\\_amaral@hotmail.com](mailto:adriane_amaral@hotmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pelotas3 - [adrianosimon@gmail.com](mailto:adrianosimon@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

As redes sociais digitais têm se consolidado como ferramentas fundamentais para comunicação, divulgação científica e engajamento comunitário. No contexto dos projetos de extensão e da valorização do patrimônio natural e cultural, o Instagram destaca-se pela sua ampla adoção e pelo formato visual atrativo. O Projeto Geoparque Paisagem das Águas (PGPA) utiliza essa plataforma como meio de difusão de informações, promoção de atividades e aproximação com a sociedade e comunidade local.

“O geoparque é um instrumento de promoção de desenvolvimento sustentável organizado em torno da geodiversidade (elementos abióticos da natureza e seus complexos ambientais), no qual ações de geoturismo e geoeducação, associadas com medidas de preservação ambiental (geoconservação), visam desenvolver um território por meio de uma perspectiva holística e integradora, do crescimento social pautado na preservação ambiental e no desenvolvimento econômico duradouro das comunidades, suas práticas, sua cultura e sua identidade (PGPA, 2025).”

Fora do ambiente acadêmico, é fundamental traduzir esses conceitos de maneira acessível, utilizando ferramentas como Instagram, para favorecer tanto a compreensão e engajamento da comunidade quanto a consolidação do projeto como um geoparque mundial, cuja chancela é concedida pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), Sendo a visibilidade um dos pilares essenciais para a sua existência.

Além disso, estudos recentes reforçam o papel estratégico dos geoparques como instrumentos de integração entre ciência e sociedade, destacando sua relevância para a valorização da geodiversidade, do geoturismo e da geoeducação. Simon e Rudzewicz (2025), em artigo publicado na *Revista de Geomorfologia*, salientam que o Projeto Geoparque Paisagem das Águas constitui um exemplo de iniciativa interdisciplinar capaz de articular conservação ambiental, desenvolvimento sustentável e identidade territorial. Essa perspectiva evidencia que a comunicação eficiente, inclusive por meio de plataformas digitais como o Instagram, é fundamental para ampliar a visibilidade social e acadêmica de projetos dessa natureza.

A problemática que norteia este trabalho é compreender quais modelos de postagens no Instagram oficial do projeto (@geoparquepaisagemsdasaguas) apresentam maior desempenho em termos de curtidas e alcance, de forma a subsidiar estratégias de comunicação mais eficazes. Assim, o objetivo é analisar o comportamento das métricas de engajamento de postagens do perfil oficial do PGPA, comparando diferentes formatos (imagens, carrosséis, reels e vídeos).

### 2. METODOLOGIA

A pesquisa adota uma abordagem quantitativa descritiva, fundamentada na análise de métricas digitais provenientes da ferramenta Instagram Insights, recurso que disponibiliza dados internos de engajamento das postagens. Segundo Recuero (2009, p. 24), “as métricas permitem observar como os atores sociais interagem e estabelecem conexões dentro das redes digitais, possibilitando compreender dinâmicas de visibilidade e engajamento”.

O recorte temporal definido corresponde ao período de seis meses (janeiro a junho de 2025), abrangendo todas as publicações realizadas no perfil oficial do PGPA.

As variáveis consideradas incluíram: tipo de postagem (imagem única, carrossel, reels e vídeo), número de curtidas, alcance, comentários e compartilhamentos, selecionadas por representarem indicadores relevantes de engajamento em redes sociais. Como destacam Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 52), “o estudo das interações em mídias sociais demanda a sistematização de dados que expressem práticas de uso e participação dos sujeitos”.

A coleta dos dados foi realizada diretamente na plataforma, sendo os registros transferidos e sistematizados em planilhas para fins de organização e tabulação. Em seguida, os dados foram tratados por meio de estatística descritiva, possibilitando a construção de tabelas comparativas acerca do desempenho entre os diferentes formatos de postagem. Nesse sentido, Primo (2013, p. 17) ressalta que “a análise quantitativa das interações em ambientes digitais deve ser acompanhada de uma leitura crítica sobre os contextos comunicacionais em que os dados são produzidos”.

A fundamentação metodológica apoia-se em autores que discutem a mensuração de interações em mídias sociais digitais como ferramenta para análise de práticas comunicacionais, especialmente no contexto institucional (RECUERO, 2009; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011; PRIMO, 2013; SILVA; KRAEMER, 2020). Para Silva e Kraemer (2020, p. 88), “as métricas de alcance e engajamento funcionam como indicadores da eficácia comunicacional das organizações no ambiente digital”.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Os resultados iniciais evidenciaram diferenças significativas entre os formatos utilizados nas postagens, como demonstrado na Tabela 1, que consolida as métricas médias aproximadas observadas ao longo do período analisado.

Tabela 1 – Desempenho médio das postagens no Instagram

Métrica	Valor Médio Aproximado	Interpretação Principal
Alcance	1.962	Número médio de perfis únicos que visualizaram as postagens.
Comentários	3	Baixa interação qualitativa; necessidade de estímulo a diálogos.

Compartilhamentos	17	Forte nos posts comemorativos e institucionais, indicando valorização simbólica.
Curtidas	95	Boa aceitação do público, especialmente em carrosséis e postagens com fotos de pessoas.
Visualizações	3.100	Reels e vídeos curtos concentram maior visibilidade.

Autor, 2025;

A análise dos dados específicos de três formatos distintos — reels, post estático e carrossel/evento está sistematizada na Tabela 2 e evidencia padrões relevantes de desempenho.

Tabela 2 – Comparativo de desempenho entre formatos de postagem

Métrica	Post. Reels (aniversário de Pelotas)	Post. Estático (Dia do Geógrafo)	Post. Carrocel (Seminário de Turismo)
Visualizações	6.411	4.656	4.833
Contas alcançadas	4.032	3.289	2.325
% Não seguidores (views)	55,90%	72%	75%
Interações totais	270	159	175
Curtidas	192	108	152
Comentários	16	3	10
% Seguidores (interações)	62,60%	77,20%	60,10%

Autor, 2025;

Conforme observado na Tabela 2, os reels apresentaram maior alcance e volume de visualizações, confirmando seu potencial para ampliar a visibilidade do conteúdo junto a públicos não seguidores. Este formato é particularmente eficaz para atrair novos perfis ao perfil institucional.

Os carrosséis, por sua vez, demonstraram maior taxa média de curtidas e interações, sugerindo maior engajamento afetivo com conteúdo de caráter informativo e visualmente atrativo, como na divulgação de eventos e seminários.

Já os posts estáticos, apesar de ainda gerarem interações, apresentaram desempenho inferior em comparação aos demais formatos, principalmente em termos de compartilhamentos, comentários e alcance. Essa diferença reforça a tendência de maior atratividade de conteúdo multimídia e dinâmicos.

O impacto dessa análise reside na possibilidade de otimizar a estratégia de comunicação digital do PGPA, contribuindo para sua maior visibilidade, atração de

novos públicos e consolidação de seu papel como ferramenta de educação científica e valorização territorial.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O estudo evidencia que a escolha do formato das postagens influencia diretamente o engajamento do público. Enquanto os reels potencializam o alcance e a visibilidade, os carrosséis favorecem interações mais consistentes, e os compartilhamentos se concentram em conteúdos com maior apelo informativo ou simbólico.

Portanto se torna essencial a diversificação dos formatos de postagem, com ênfase na produção de vídeos curtos (reels), que têm demonstrado maior capacidade de alcance e visibilidade. A interação com a comunidade local pela abordagem de terminologias de fácil compreensão em cenários que tenha ligação com o público e o PGPA pode ser um método.

Essas estratégias alinharam-se aos objetivos do projeto, reforçando o uso das redes sociais como ferramentas eficazes de divulgação científica, educação ambiental e valorização do patrimônio natural e cultural.

As análises reforçam o papel das redes sociais como instrumentos de divulgação científica e valorização do patrimônio natural e cultural, alinhando-se aos objetivos do PGPA

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.  
SILVA, Ana Cláudia; KRAEMER, Carlos. Métricas de engajamento em mídias sociais: uma análise da comunicação institucional no ambiente digital. *Revista Comunicação Midiática*, Bauru, v. 15, n. 2, p. 80-95, 2020.

Instituto de Ciências Humanas. *Projeto Geoparque Paisagem das Águas (2023-2027)*. Universidade Federal de Pelotas. Disponível em: <https://institucional.ufpel.edu.br/projetos/id/u6720>. Acesso em: 27 ago. 2025.

SIMON, Adriano Luís Heck; RUDZEWICZ, Laura. Projeto Geoparque Paisagem das Águas: estratégia de desenvolvimento sustentável para o território do Estuário da Lagoa dos Patos (Brasil). *Revista de Geomorfologia*, v. 2, n. 1, p. 1-6, jul. 2025.

## FOTOTECA MEMÓRIA DA UFPEL: DA SALVAGUARDA DO ACERVO FOTOGRÁFICO AO DIÁLOGO COM A COMUNIDADE

NATHÁLIA DA SILVA BENITO<sup>1</sup>; LÍLIA WALTZER RODRIGUES<sup>2</sup>; FRANCISCA  
FERREIRA MICHELON<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – nath.hsb94@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas - liliawaltzer1@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – francisca.michelon@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta a estrutura e o funcionamento da Fototeca Memória da UFPEL, projeto de extensão universitária 'Fotografia para todos: site interativo da Fototeca Memória da UFPEL', dedicado à preservação e valorização do patrimônio visual da instituição. Como bolsistas de iniciação científica, a autora e coautora participam ativamente das ações deste projeto e destacam a relevância do projeto para a comunidade.

Criada em junho de 2009, ainda com o nome de Arquivo Fotográfico Memória da UFPEL, o projeto teve seu início vinculado ao Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo (MALG). Em outubro de 2011, foi transferido para o Departamento de Museologia, Conservação e Restauro no Instituto de Ciências Humanas (ICH), passando a atuar de forma contínua em colaboração aos cursos de Museologia e Conservação e Restauração de Bens Culturais Móveis, além do Programa de Pós-Graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, permanecendo até hoje em constante desenvolvimento.

A mudança de sede e a ampliação das colaborações também marcaram a mudança do nome para Fototeca, refletindo sua missão principal: recolher, sistematizar e tratar coleções fotográficas que narram a história da UFPEL e de suas unidades fundadoras. Com mais de 8 mil fotografias, o acervo inclui coleções importantes como as da Faculdade de Agronomia, Faculdade de Odontologia, Faculdade de Ciências Domésticas, Coleção Laneira Brasileira S.A., Coleção Clinéia Campos Langlois, Coleção Anglo, Coleção CCS e Coleção Carte de Visite.

O projeto analisa o acervo fotográfico como suporte fundamental na construção de memórias, documentando a história da universidade e as transformações urbanas de Pelotas.

A diversidade dessas coleções permite pesquisas interdisciplinares que abrangem desde a fotografia até estudos de urbanismo, sociologia e antropologia, entre outros campos. A missão primordial da Fototeca é salvaguardar, tratar, pesquisar e divulgar esses acervos, tornando-os acessíveis à comunidade acadêmica e ao público. Mais do que um mero repositório, a Fototeca se estabelece como um centro de referência para estudos visuais, promovendo o conhecimento e a valorização da fotografia como fonte histórica e cultural.

### 2. METODOLOGIA

O trabalho de gestão e tratamento do acervo da Fototeca é guiado por uma metodologia que garante a preservação e a acessibilidade dos materiais. A atuação de bolsistas de iniciação científica, como parte da equipe do projeto, e a articulação com ensino e pesquisa, são elementos centrais nesse processo.

O processo se inicia com o recebimento do acervo, seja por doação ou transferência. Após o recebimento, é feito um diagnóstico e as fotografias são acondicionadas provisoriamente em envelopes de papel alcalino, recebendo um código de identificação. Em seguida, realiza-se a pesquisa e a descrição detalhada de cada fotografia, incluindo a identificação do tipo de suporte (papel, vidro, metal) e processo fotográfico (gelatina e prata, albumina, etc). Uma ficha de identificação (Figuras 1 e 2) é elaborada para cada item, registrando seu estado de conservação e contexto histórico. Por fim, são elaboradas palavras-chave para facilitar o uso padronizado dos termos descritivos.

Figuras 1 e 2 – Ilustração da ficha de identificação elaborada na Coleção Carte de Visite

1. Dados sobre a coleção	
Título da coleção	
Data de ingresso da coleção	
Modo de ingresso	
Breve histórico	
2. Identificação da fotografia	
Processo	
Formato	
Descrição da imagem:	
Data (exata/aproximada da imagem)	Não identificado
Sim    Não	
5. Montada sobre cartão	
Dimensões do cartão: 16x10cm	
Dimensões da fotografia: 14x10cm	
6. Texto/selo/marca do estúdio na frente	

Descrever o conteúdo da frente do cartão:  
 7. Texto/imagem/selo do estúdio no verso

Descrever o conteúdo do verso do cartão:

8. Inscrição

Ranhuras  
Furos  
Dobras e/ou vinhos  
Colas

Foxing (pontos escuros por oxidação do ferro no papel)

Emulsão	Sim	Não
---------	-----	-----

Craquelado  
Esvanescimento pontual (oxidação da prata pelo zinco das tintas do cartão)  
Esvanescimento das altas luzes (áreas claras)  
Amarelecimento  
Perda da cor  
Perda do contraste  
Perda da superfície

Outros danos observados:

Conclusão sobre o estado de conservação geral da foto:

Fonte: Sistematização do Catálogo Carte de Visite.

A etapa de digitalização é crucial para a preservação e democratização do acesso, com as imagens sendo digitalizadas em alta resolução para garantir sua qualidade. Após a digitalização, as fotografias passam por uma higienização mecânica preliminar, com a remoção de poeira e detritos. Por fim, o acervo é definitivamente acondicionado em envelopes e caixas de papel cartão alcalino, devidamente identificadas e armazenadas em ambiente com controle de temperatura e umidade. A partir deste ponto, o acesso físico é restrito para preservar a integridade do material, enquanto o acesso se torna totalmente virtual.

Todo o processo é embasado por uma sólida fundamentação teórica, com estudos sobre os tipos de fotografia e métodos de conservação preventiva, utilizando como referência os Cadernos de Conservação da Funarte e a bibliografia de Luís Pavão. A relação com o ensino é evidenciada pela disciplina de Introdução à Conservação de Fotografia, ministrada pela Prof.<sup>a</sup> Francisca Ferreira Michelon.

Os alunos aplicam a teoria na prática diretamente no acervo da Fototeca, fortalecendo sua aprendizagem.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A Fototeca tem ampliado seu alcance por meio de diferentes ações de extensão e de projetos que promovem o diálogo com a sociedade. Os catálogos das coleções são disponibilizados no site do projeto, facilitando o acesso e a visibilidade (Figura 3). O site foi projetado para ser intuitivo e permite a consulta das coleções. Cada imagem possui seu código de identificação e uma breve descrição visual. Para uso em pesquisa, é necessário assinar um termo de uso de imagem, o que garante a atribuição e a proteção do acervo.

Figura 3 – Ilustração da página inicial do site da Fototeca Memória da UFPel



Fonte: Captura de tela realizada pela autora a partir do site da Fototeca Memória da UFPel.

A plataforma é um recurso dinâmico, com atualizações periódicas de acervos e novas funcionalidades, como a disponibilidade dos catálogos desenvolvidos, notícias e a apresentação da equipe do projeto. Outras ações importantes incluem a oferta de oficinas de fotografia e de cianotipia, que não apenas ensinam técnicas, mas também resultam na produção de catálogos. Essas atividades ampliam o envolvimento da comunidade com o projeto.

### 4. CONSIDERAÇÕES

A Fototeca Memória da UFPel, ao se dedicar à preservação e à difusão de seus acervos fotográficos, demonstra o compromisso da Universidade Federal de Pelotas com a salvaguarda da memória e a promoção do conhecimento. Mais do que um repositório, ela se estabelece como um laboratório de pesquisa e um recurso de inestimável valor para a extensão universitária, contribuindo para a história, a cultura e o patrimônio. A atuação da equipe é um testemunho da vitalidade do projeto, que não apenas preserva o passado, mas também forma os profissionais que construirão o futuro da pesquisa e da educação no campo da memória visual. O trabalho contínuo da Fototeca Memória da UFPel reforça a

importância de se investir em espaços de memória dentro das instituições de ensino, garantindo que as futuras gerações e a comunidade em geral tenham acesso às fontes primárias que moldaram a identidade e o desenvolvimento de nossa sociedade.

Olhando para o futuro, a Fototeca planeja aprimorar o site e fortalecer a interação com a comunidade. No campo da extensão, a intenção é intensificar o diálogo com a sociedade por meio das oficinas de fotografia e cianotipia, que serão mantidas e aprimoradas. O objetivo é desenvolver mais projetos colaborativos, nos quais a comunidade não seja apenas espectadora, mas também co-produtora de conhecimento. Assim, o projeto se mantém fiel à sua missão de preservar a memória, ao mesmo tempo que se adapta às novas tecnologias e às necessidades da comunidade.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fototeca UFPel. **Acervos virtuais**. Pelotas. Online. Disponível em: <https://acervosvirtuais.ufpel.edu.br/fototecaufpel/>. Acesso em: 26 ago. 2025.

FOTOTECA MEMÓRIA DA UFPEL. **Fototeca Memória da UFPEL**. Pelotas: Rede de Museus da UFPel, [s.d]. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/rededemuseusdaufpel/fototeca-memoria-da-ufpel/>. Acesso em: 28 ago. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS. **Fototeca Memória da UFPel. Portal Institucional**. Instituto de Ciências Humanas, Projeto com ênfase em Ensino, [s.d.]. Disponível em: <https://institucional.ufpel.edu.br/projetos/id/e1264>. Acesso em: 28 ago. 2025.

## PROJETO VERDADEIRAMENTE: JORNALISMO MULTIPLATAFORMA NO ENFRENTAMENTO À DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE MENTAL

**MARTHA CRISTINA MELO<sup>1</sup>**; **ANDRINE TEIXEIRA<sup>2</sup>**; **RÔMULO TONDO<sup>3</sup>**;  
**LUCIANA CARVALHO<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – [marthacristina.melo@gmail.com](mailto:marthacristina.melo@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – [andrineteixeiragarcia@gmail.com](mailto:andrineteixeiragarcia@gmail.com)

<sup>3</sup> Instituto Federal Farroupilha – [romulotondo@gmail.com](mailto:romulotondo@gmail.com)

<sup>4</sup> Universidade Federal de Santa Maria – [luciana.carvalho@uol.com.br](mailto:luciana.carvalho@uol.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão "VerdadeiraMente: Prevenção e Combate à Desinformação em Saúde Mental" é uma iniciativa do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), desenvolvida em parceria com o curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), o Hospital Escola da UFPel, o Hospital Universitário da UFSM e o Hospital Escola da Universidade Federal de Rio Grande (FURG). A ação foi contemplada na chamada pública CNPq/Decit/SECTICS/MS nº 30/2024, voltada ao enfrentamento da desinformação científica em saúde. Os três hospitais que integram o projeto oferecem atendimento em saúde mental 100% pelo SUS.

O VerdadeiraMente consiste na criação e manutenção de um veículo jornalístico digital, multimídia e multiplataforma, com o objetivo de traduzir, disseminar e divulgar informações científicas sobre programas, políticas e ações do Ministério da Saúde voltadas à saúde mental, além de evidenciar pesquisas desenvolvidas nas universidades brasileiras. Com o surgimento das mídias sociais, tornou-se evidente a necessidade de que a narrativa jornalística trabalhe com características próprias da linguagem contemporânea. Observa-se que as narrativas são moldadas conforme a temática, resultando em variações técnicas em suas produções (LONGHI e PICCININ, 2024). Com foco na prevenção e combate à desinformação, o projeto atua de forma articulada por meio da produção e distribuição de conteúdo em diferentes canais digitais, bem como da realização de atividades de letramento científico e midiático, por meio de oficinas e capacitações a serem aplicadas junto a agentes comunitários de saúde e escolas públicas. O projeto responde ao cenário apontado pela Organização Mundial da Saúde (OMS), segundo o qual as 'infodemias', ou epidemias de informação e desinformação, impactam negativamente nos comportamentos relacionados à saúde, dificultando o acesso e a adesão a práticas baseadas em evidências.

### 2. METODOLOGIA

A metodologia do projeto ancora-se em etapas da apuração jornalística e fundamentos da extensão universitária. A escolha das pautas é feita de forma

colaborativa entre os estudantes participantes e editores, levando em conta critérios como adesão ao tema da saúde mental, relevância, interesse público, existência de evidências científicas, necessidade de esclarecimento de desinformação, e proximidade em relação aos municípios atendidos pelo projeto - Santa Maria, Pelotas e Rio Grande. As reuniões de pauta são realizadas de modo híbrido — presencialmente entre os integrantes de cada universidade envolvida, e on-line com a participação de todos.

A apuração das matérias se dá por meio de pesquisa, entrevistas com fontes oficiais e científicas, frequentemente indicadas por parceiros do VerdadeiraMente que possuam experiência na área pautada, além de exigir uma consulta a bases científicas confiáveis, como PubMed, SciELO, BVS (Biblioteca Virtual em Saúde) e Portal de Periódicos da CAPES. A redação segue os manuais editorial e de redação do projeto. Para finalização, colegas fazem sugestões nos textos, são feitas revisões pela principal fonte e, por fim, a editora executiva realiza as correções finais.

Para garantir o uso ético e responsável das imagens, todas as pessoas retratadas assinam um termo de uso de imagem vinculado ao projeto. As entrevistas são acompanhadas pela referência ao *currículo lattes* dos especialistas ou profissionais consultados. O conteúdo produzido é publicado em site próprio e perfis em plataformas digitais como Instagram, YouTube e Spotify, com formato e linguagem acessível para a comunidade, sempre pensados para usuários do Sistema Único de Saúde (SUS) e levando em conta as especificidades de cada mídia e público.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O projeto VerdadeiraMente consolidou-se, desde sua implementação, como uma experiência extensionista com fim de enfrentamento à desinformação em saúde mental. Em sua fase inicial, entre janeiro e março de 2025, o trabalho se concentrou na formação da equipe, que é composta por bolsistas e voluntários dos cursos de Comunicação da UFSM e da UFPel, com assistência fundamental de profissionais da saúde e comunicadores presentes nos hospitais-escola. Posteriormente, foram organizados núcleos específicos de atuação, e construídos os primeiros pilares da produção jornalística, como a política editorial e as estratégias de circulação dos conteúdos.

Dentre os primeiros avanços alcançados pelo projeto, destaca-se o desenvolvimento de uma série de conteúdos de forma antecipada, visando a inauguração do portal oficial do VerdadeiraMente, que se deu no dia 13 de agosto de 2025, em evento na UFSM. Dessa forma, foram produzidas reportagens completas sobre a Rede de Atenção Psicossocial (RAPS) que, em um primeiro momento, contemplaram desde os impactos relacionados às crises sanitária e climática, até o histórico da Reforma Psiquiátrica. Paralelamente, bolsistas, voluntários e parceiros do projeto trabalharam na presença do projeto nas plataformas de redes sociais, de forma a torná-lo acessível, simplificado e de fácil circulação. Em maio de 2025, os bolsistas e voluntários da UFSM e da UFPel

participaram, em Santa Maria, de uma capacitação com as jornalistas do 'Afonte - Jornalismo de Dados', Taís Seibt e Juliana Coin, que promoveram encontros on-line e presencial sobre monitoramento de desinformação, checagem e *prebunking* (LEWANDOWSKY & LINDEN, 2021).

Em seus primeiros meses de atuação, o VerdadeiraMente já impacta positivamente na formação dos estudantes envolvidos e começa a levar à população informações sobre saúde mental baseadas na ciência. As formações pelas quais a equipe passa constantemente estimulam reflexões sobre a responsabilidade do jornalismo na prevenção e no combate à desinformação, aos preconceitos e estigmas sobre saúde mental. CORRIGAN e WATSON (2002) demonstram que tais processos ocorrem por meio de mecanismos como atribuições causais equivocadas, medo e desejo de distância social, consolidando atitudes negativas em relação às pessoas com transtornos mentais.

Portanto, torna-se essencial compreender o papel da comunicação e das plataformas digitais na circulação de informações científicamente embasadas. NASLUND et al. (2020) evidenciam que conteúdos produzidos em redes sociais podem tanto ampliar estigmas, quando pautados por relatos não verificados e diagnósticos superficiais, quanto contribuir para sua redução, quando embasados em informação qualificada e acessível. Tal constatação reforça a pertinência da atuação do projeto na esfera digital, diante da prevalência de narrativas simplistas e desinformativas já identificadas em revisões recentes (NASLUND et al., 2021).

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A atuação regional e interinstitucional do Projeto VerdadeiraMente constitui um eixo estratégico para consolidar práticas inovadoras de comunicação científica e para fortalecer a integração entre as universidades e o Sistema Único de Saúde (SUS). Ao articular jornalismo científico, jornalismo digital e multiplataforma, o projeto amplia o alcance de conteúdos baseados em evidências, democratizando o acesso ao conhecimento e criando oportunidades de diálogo com públicos historicamente afastados dos meios formais de divulgação científica. Essa abordagem não apenas dissemina informações qualificadas, mas também fomenta processos de letramento midiático e em saúde mental, permitindo que diferentes segmentos da população desenvolvam competências críticas para interpretar, avaliar e aplicar essas informações em seus contextos de vida.

Dessa forma, ao investir na produção de conteúdos digitais multiplataforma, complementados por ações educativas voltadas ao letramento científico e midiático, o projeto se estabelece como um modelo replicável de intervenção comunicacional. Essa perspectiva integradora alia jornalismo, compromisso com saúde pública e engajamento social, reafirmando o papel da universidade federal enquanto mediadora do conhecimento científico e potencializadora de uma cidadania informada.

Por fim, os próximos passos na manutenção do VerdadeiraMente incluem o lançamento oficial do projeto também na Universidade Federal de Pelotas (UFPel), consolidando a articulação interinstitucional e ampliando o alcance

regional da iniciativa. Ademais, estão sendo planejadas oficinas internas relacionadas ao letramento científico e midiático, com o objetivo de capacitar a equipe que, paralelamente, segue produzindo reportagens completas para as plataformas do projeto.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei nº 8.080, de 19 de setembro de 1990. Dispõe sobre as condições para a promoção, proteção e recuperação da saúde, a organização e o funcionamento dos serviços correspondentes e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 20 set. 1990.

CORRIGAN, Patrick W.; WATSON, Amy C. **Understanding the impact of stigma on people with mental illness.** *World Psychiatry*, v. 1, n. 1, p. 16–20, 2002. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1489832/>. Acesso em: 19 ago. 2025.

LEWANDOWSKY, Stephan; VAN DER LINDEN, Sander. Countering misinformation and fake news through inoculation and prebunking. *European Review of Social Psychology*, v. 32, n. 2, p. 348–384, 2021.

LONGHI, R.R; PICCNIN, F. Narrativas audiovisuais no jornalismo plataformizado. In: CHRISTOFOLETTI, R; SILVA, T. Jornalismo: reflexão e inflexão. 1. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2024. Cap.10, p.192-210.

NASLUND, John A. et al. **Digital technology for treating and preventing mental disorders in low-income and middle-income countries: a narrative review of the literature.** *The Lancet Psychiatry*, v. 7, n. 6, p. 487–500, 2020.

NASLUND, John A. et al. **Digital technology for health promotion: opportunities to address excess mortality in persons living with severe mental disorders.** *World Psychiatry*, v. 20, n. 3, p. 440–459, 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **Infodemic management: a key component of the COVID-19 global response.** Geneva: WHO, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/health-topics/infodemic>. Acesso em: 19 ago. 2025.

# ORGANIZAÇÃO, DIÁLOGO E APRENDIZADO: UM RELATO SOBRE AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS NA SEMANA ACADÊMICA DE PROCESSOS GERENCIAIS

GILDOMAR VALÉRIO GONÇALVES<sup>1</sup>; ESTELA DA SILVA DE ÁVILA<sup>2</sup>;  
FRANCIELLE MOLON DA SILVA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gildo.v.goncalves@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – estela.designer@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – franmolon@yahoo.com.br*

## 1. INTRODUÇÃO

Para Freire (1996), a prática extensionista não pode ser compreendida como uma doação de saber do acadêmico ao povo, mas sim como um processo dialógico em que todos os sujeitos aprendem e ensinam na construção mútua do conhecimento. Inseridas nesse contexto, as Semanas Acadêmicas representam ações extensionistas que promovem protagonismo discente, troca de saberes e experiências organizacionais e interpessoais (GOUVÊA; MOREIRA, 2021).

Entre os dias 12 e 16 de maio de 2025, foi realizada a 8<sup>a</sup> Semana Acadêmica do Curso de Tecnologia em Processos Gerenciais da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), com o tema "Gestão Inteligente: O Futuro dos Processos Gerenciais com Inteligência Artificial e Inovação Tecnológica". O evento contou com 10 palestras, 2 minicursos e 2 mesas-redondas, reunindo mais de 200 participantes inscritos e profissionais de diferentes áreas convidados. A organização foi conduzida por uma comissão composta por 12 estudantes, com orientação docente e apoio institucional.

Nesse sentido, a Semana Acadêmica pode ser vista como uma importante experiência de organização do trabalho, permeada de diferentes conflitos e comunicação interpessoal, além dos compartilhamentos e trocas entre a comissão organizadora, os participantes das atividades propostas e os ministrantes e palestrantes. Dessa forma, o objetivo deste estudo é apresentar como os alunos da comissão organizadora da Semana Acadêmica de Processos Gerenciais de 2025 perceberam e identificaram a dinâmica das relações interpessoais com os atores envolvidos ao longo das atividades.

Então, a intenção com este trabalho é destacar como as trocas entre os diferentes agentes envolvidos na Semana Acadêmica podem gerar novas parcerias, novos conhecimentos e aproximar universidade, organizações e diferentes profissionais, a partir das relações interpessoais.

## 2. METODOLOGIA

Este trabalho adota a metodologia de relato de experiência, que consiste no registro reflexivo de vivências vinculadas a atividades de ensino, pesquisa ou extensão (LUDKE; CRUZ, 2010). Essa abordagem permite compreender criticamente o processo de aprendizagem acadêmico-profissional em situações reais (MUSSI; FLORES; ALMEIDA, 2021).

A experiência descrita refere-se à participação dos autores na organização da 8<sup>a</sup> Semana Acadêmica de Processos Gerenciais da UFPel, idealizada em dezembro de 2024 e planejada a partir de janeiro de 2025. As ações foram

estruturadas por meio de reuniões setoriais, comunicação via aplicativo de mensagem (*WhatsApp*) e uso de planilhas compartilhadas no Google Drive, com cronogramas e *checklists* por área.

Um dos autores atuou como líder da comissão organizadora, sendo responsável pela idealização do evento e pela gestão financeira. A outra autora contribuiu inicialmente na pasta de marketing e, posteriormente, em múltiplas frentes que demandavam maior atenção, atuando também como cerimonialista durante o evento. A comissão era composta por 12 estudantes e contou com coordenação geral da professora orientadora, além do apoio institucional da coordenação do curso, direção do CCSO e servidores técnico-administrativos.

Como instrumento de análise, adotou-se a observação participante, que permitiu aos autores refletirem sobre a dinâmica organizacional, os diálogos construídos e os aprendizados decorrentes das relações interpessoais. Essas percepções são discutidas a seguir.

### **3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS**

A participação na organização da 8<sup>a</sup> Semana Acadêmica de Processos Gerenciais proporcionou aos autores uma vivência intensa e transformadora. Entre os principais resultados, destaca-se o desenvolvimento de competências interpessoais e organizacionais, como liderança, comunicação não violenta, escuta ativa, negociação e resolução de conflitos. O engajamento com os diferentes públicos do evento — colegas, professores, palestrantes e convidados — favoreceu uma ampliação do networking e o fortalecimento da confiança na própria trajetória acadêmica e profissional.

O sentimento de valorização e reconhecimento esteve presente ao longo de todo o processo, especialmente diante do acolhimento por parte de docentes e da coordenação do curso, que publicamente destacou a edição como uma das mais bem-sucedidas da história da graduação. Esse reconhecimento evidenciou a relevância do trabalho coletivo e o potencial de impacto de ações organizadas por estudantes.

Entre os momentos mais marcantes, os autores destacam tanto as conquistas visíveis, como o início do evento e a expressiva arrecadação de alimentos para doação, quanto os desafios enfrentados nos bastidores. Houve situações de estresse, conflitos pontuais e dificuldades de comunicação com patrocinadores e entre membros da equipe. Esses episódios demandaram resiliência, tomada de decisão rápida e redistribuição de funções, o que fortaleceu a capacidade de adaptação e resolução de problemas.

As interações interpessoais foram o ponto central dessa experiência. Conversas com professores e convidados geraram *feedbacks* construtivos, motivação e insights valiosos sobre o exercício da liderança. Também foi possível perceber uma forte conexão entre os conteúdos apresentados nas palestras e as disciplinas do curso de Processos Gerenciais, o que proporcionou uma vivência prática daquilo que é abordado em sala de aula. Os temas discutidos — como gestão, inovação, processos e liderança — evidenciaram a aplicabilidade dos conhecimentos acadêmicos no contexto real das organizações.

A aproximação entre estudantes e profissionais, bem como o diálogo estabelecido com egressos do próprio curso, reforçou nos autores a sensação de pertencimento e a confiança no próprio potencial de atuação no mercado. O evento, além de integrar teoria e prática, estimulou a colaboração, o

reconhecimento de competências entre colegas e o fortalecimento da identidade profissional dos envolvidos.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A participação na 8<sup>a</sup> Semana Acadêmica de Processos Gerenciais da UFPel representou, para os autores, uma oportunidade de vivenciar, na prática, os fundamentos da extensão universitária. Mais do que planejar e executar um evento acadêmico, a experiência proporcionou um espaço formativo marcado por interações significativas, desafios coletivos e aprendizados compartilhados.

As relações interpessoais estabelecidas ao longo do processo evidenciaram a importância da escuta ativa, da comunicação clara e da colaboração entre diferentes agentes. Ao mesmo tempo, a necessidade de liderar equipes, resolver conflitos, tomar decisões sob pressão e adaptar estratégias em tempo real contribuiu diretamente para o amadurecimento pessoal e o desenvolvimento de competências gerenciais.

As trocas entre comissão organizadora, palestrantes, professores e participantes reforçaram a potência da extensão como espaço de construção conjunta do conhecimento. Além disso, a presença de egressos do próprio curso entre os convidados trouxe inspiração e motivação, reduzindo a distância entre a formação acadêmica e o mercado de trabalho.

Dessa forma, a experiência aqui relatada confirma o valor da extensão como promotora de diálogo entre universidade e sociedade, e como catalisadora de vivências que integram teoria e prática. Para além do êxito do evento, os impactos mais duradouros residem no fortalecimento das competências dos envolvidos e na certeza de que a universidade pública pode — e deve — ser um espaço de protagonismo estudantil, cooperação e transformação.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018. Institui as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 dez. 2018. Acessado em: 30 jun. 2025. Online. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/resolucao-n-7-de-18-de-dezembro-de-2018-55834510>.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

GOUVÉA, M. C.; MOREIRA, A. P. **Extensão universitária e formação cidadã: práticas e reflexões no ensino superior**. São Paulo: Cortez, 2021.

LÜDKE, M.; CRUZ, G. B. da. Contribuições ao debate sobre a pesquisa do professor da educação básica. *Formação Docente – Revista Brasileira de Pesquisa sobre Formação de Professores*, São Paulo, v.2, n.3, p.86-107, 2010. Acessado em: 21 maio 2025. Online. Disponível em: <https://revformacaodocente.com.br/index.php/rbpfp/article/view/20/18>.

MUSSI, R. F. F.; FLORES, F. F.; ALMEIDA, C. B. Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico. *Revista Práxis Educacional*, Vitória da Conquista, v.17 n.48, p.60-77, 2021. Acessado em: 21

maio 2025. Online. Disponível em:  
[http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2178-26792021000500060](http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2178-26792021000500060).

SAVIANI, D. **Educação e extensão: fundamentos e práticas**. Campinas: Autores Associados, 2020.

## EVENTO ENEQ NA PROMOÇÃO DO ENSINO DE QUÍMICA A PÚBLICOS DIVERSOS

**CHRISTIAN SEDREZ JAMBEIRO<sup>1</sup>**; ROGER BRUNO DE MENDONÇA<sup>2</sup>; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS<sup>3</sup>; ALESSANDRO CURY SOARES<sup>4</sup>; BRUNO DOS SANTOS PASTORIZA<sup>5</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas- christiansedez@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal do Rio Grande do Sul - rogerbruno2009@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – alinejoana@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas - alessandro.soares@ufpel.edu.br*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – bspastoriza@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

O Encontro Nacional de Ensino de Química (ENEQ) é um evento consolidado no cenário acadêmico brasileiro, criado com o propósito de integrar estudantes e divulgar pesquisas e trabalhos na área do Ensino de Química, promovendo o intercâmbio de conhecimentos e experiências entre diferentes instituições de ensino. Sua primeira edição ocorreu em 1982, na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Inicialmente, o evento contou com o apoio da Divisão de Ensino da Sociedade Brasileira de Química (SBQ), o que evidenciou sua relevância para a formação acadêmica e científica de estudantes da área. A partir da vigésima edição, o ENEQ passou a ser apoiado pela Sociedade Brasileira de Ensino de Química (SBEQ), reforçando seu compromisso com a valorização do Ensino de Química no país (SILVA; LIMA, 2021).

O ENEQ historicamente se apoia nos princípios da extensão universitária, já que corrobora com ações de transformação social por meio da educação. Este ponto confere com o que foi definido pelo Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras (FORPROEXT, 2023), que defende a integração entre ensino, pesquisa e extensão como base para uma formação universitária comprometida com a transformação social. Além disso, FREIRE (1996) reforça a importância do diálogo e da construção coletiva do conhecimento como elementos centrais de qualquer ação educativa. O XXIII ENEQ será realizado em 2026 na Universidade Federal de Pelotas (UFPel). O evento espera oportunizar a visibilidade da instituição e promover a integração entre estudantes e professores do curso de Licenciatura em Química e áreas afins de diversas regiões do Brasil.

A programação do evento, historicamente, inclui palestras, minicursos, apresentação de trabalhos acadêmicos, oficinas e atividades culturais voltadas ao Ensino de Química e ao Ensino de Ciências de modo geral. Os temas das palestras que serão ministradas no evento devem seguir uma abordagem atual, como forma de dialogar diretamente com os desafios do ensino e da pesquisa na área da Química. Nas últimas edições foram abordados, através de mesas redondas e espaços para debates, temas como: a importância do ensino da Química como ferramenta de inclusão social, análise e discussão de políticas públicas voltadas ao Ensino de Química, formação docente e o mercado de trabalho (ENEQ, 2024). Esses espaços de troca e reflexão se mostram de extrema importância para contribuir e ampliar a compreensão sobre o papel social da ciência e fortalecer a integração entre professores, estudantes e pesquisadores de diferentes regiões e áreas do país.

Portanto, o objetivo deste trabalho é relatar as ações de divulgação e organização do XXIII ENEQ - Encontro Nacional de Ensino de Química que estão sendo realizadas para a concretização do evento em 2026, na cidade de Pelotas-RS, no âmbito da Universidade Federal de Pelotas.

## 2. METODOLOGIA

A organização e elaboração deste evento vem sendo conduzida de maneira colaborativa, envolvendo estudantes, professores e membros da comissão organizadora do XXIII ENEQ. O cronograma de inscrições será dividido em etapas, incluindo o período para submissão de trabalhos, inscrições para ouvinte e inscrição para participação nas atividades propostas ao longo do evento.

Para viabilizar a realização do evento em 2026 com qualidade e acessibilidade a todos, a comissão organizadora está atuando na busca por parcerias e patrocínios junto a empresas locais e instituições públicas e privadas. O apoio financeiro e logístico de parceiros é essencial para custear infraestrutura, materiais, alimentação, hospedagem solidária e atividades culturais, além de garantir a democratização do acesso ao evento. A articulação com o setor empresarial local também fortalece os laços entre universidade e comunidade, promovendo a valorização da ciência e da educação (PEREIRA; OLIVEIRA, 2023). A proposta é realizar reuniões presenciais e/ou virtuais para discutir as possibilidades de apoio/cooperação.

Estudantes de diferentes cursos da UFPel, principalmente da Licenciatura em Química e de áreas afins, estarão envolvidos de forma ativa nas etapas de planejamento, contato com os parceiros, organização e divulgação do evento. A participação discente também é fundamental na elaboração de materiais informativos e na organização das atividades que serão realizadas durante o evento e em horários livres. Estima-se que as ações desse trabalho possam promover o aprendizado e o desenvolvimento de habilidades de gestão, comunicação e trabalho em equipe em cada integrante da equipe. Atualmente a equipe é formada por graduando extensionista e bolsista, por graduandos voluntários e por professores da UFPel e do IFSul.

A avaliação das etapas de planejamento do evento está sendo conduzida de forma contínua, por meio da coleta sistemática de *feedback* dos organizadores, do monitoramento das parcerias já estabelecidas e da análise do alcance das estratégias de divulgação adotadas.

Durante a realização do evento, serão observados indicadores qualitativos e quantitativos que permitam mensurar a efetividade das atividades desenvolvidas. Ao término do evento, será elaborado um relatório avaliativo com base nos dados coletados, o qual servirá de subsídio para o aprimoramento das futuras edições e para o fortalecimento das ações de extensão promovidas na instituição.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A realização do ENEQ em Pelotas, no âmbito da UFPel, é observada pelo grupo de organizadores e frequentadores do evento nas suas edições bianuais, como uma oportunidade singular de promover a integração acadêmica, a popularização da ciência e o fortalecimento do ensino associado à pesquisa, extensão e inovação. A partir da experiência acumulada por edições anteriores, como as realizadas na Universidade Federal de Ouro Preto no ano de 2022 e na Universidade Federal do Rio Grande do Norte no ano de 2024, a organização

local vem adaptando as boas práticas já consagradas nas edições do evento a uma realidade regional, valorizando as especificidades culturais, sociais e institucionais da cidade de Pelotas e de sua comunidade acadêmica (ENEQ, 2022; ENEQ, 2024).

As diferentes comissões organizadoras para o evento já estão atuando de forma descentralizada e participativa, permitindo discussões sobre identidade visual, espaços físicos, datas, logística, programação científica, comunicação, etc. Algumas ações já se encontram em andamento, como a elaboração da identidade visual e articulação de parcerias com instituições públicas e privadas, bem como o levantamento de espaços físicos para sediar o evento. O Quadro 1 traz uma lista de empresas locais que serão contatadas, na busca por parcerias financeiras.

**Quadro 1.** Empresas locais e contato.

Empresas	Contato	Empresas	Contato
Fruki Bebidas	0800 703 9910 contato@fruki.com.br	Construtora Porto 5	(53) 3228-7587 contato@porto5.com.br
Construtora ACPO	(53) 2128-7000 acpo@acpo.com.br	Claro	0800-701-0180
Sicredi	(51)3358-4770	Doces Bidi	(53) 3274-5047 docesbidi.com.br
Stok Center	(54) 3198-1300 (53) 3283-7586	Imperatriz Doces Finos	(53) 3028-0352
Sanep	0800-150-115 sanep@pelotas.rs.gov.br	Rocha Brito Serviço - Notarial e Registral	(53) 3026-1500 rbsnr@rochabrito.not.br
Erva-Mate Barão	(54) 3523-1288 sab@baraoervamate.com.br	Unimed Pelotas	(53) 3026-5300
Biri Refrigerantes	(53) 3273-6422 biri@biri.ind.br	Super Nicolini	(53) 3242-7917 nicolini@supernicolini.com.br
Osirnet	0800-494-2030 dpo@osirnet.com.br	Farmácias São João	(54) 99623-2544
Esign Gráfica	(53) 98409-8066	Banrisul	(53) 3026-3320
Biscoitos Zezé	(53) 3228-1671	Petz Pelotas	(53) 3026-1819

Do ponto de vista social, projeta-se que os produtos, resultados e discussões geradas no ENEQ 2026 possam contribuir para o desenvolvimento nacional, regional e local, por meio da capacitação de estudantes e professores. A participação de professores das redes estaduais e municipais é importante nas discussões sobre o âmbito escolar, de forma real. A proposta de integrar ciência, educação e cultura, por meio de oficinas, minicursos, mostras científicas e rodas de conversa, pretende ampliar o alcance das ações universitárias, como forma de consolidar a UFPel como um polo de extensão transformadora, conforme preconiza a Política Nacional de Extensão Universitária (FORPROEX, 2012).

Sob a perspectiva da formação acadêmica, a participação dos graduandos na organização do evento e no evento em si mostra-se como um espaço de aprendizagem prática e cidadã. Ao se engajarem no planejamento, na resolução de desafios e na mediação de processos coletivos, os estudantes desenvolvem habilidades essenciais como liderança, trabalho em equipe, gestão de tempo,

comunicação institucional e autonomia. Estas experiências procuram ampliar o repertório formativo dos envolvidos, articulando teoria e prática, conforme diretrizes da Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que institui a curricularização da extensão no ensino superior brasileiro (BRASIL, 2018).

Para o ENEQ 2026, portanto, projeta-se como uma movimentação por meio de ações de extensão universitária associadas ao ensino, pesquisa e inovação, que vão além da realização de um evento; trata-se de um movimento de mobilização estudantil, de construção coletiva de troca de saberes e de fortalecimento do compromisso social da universidade pública, o que está alinhado ao Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI / UFPel, 2022-2026).

#### **4. CONSIDERAÇÕES**

Observa-se que a realização do XXIII Encontro Nacional de Ensino de Química (ENEQ), na Universidade Federal de Pelotas, configura-se como uma ação estratégica para fortalecer o Ensino de Química e consolidar o papel da universidade pública, neste caso, da UFPel, na promoção do diálogo entre saberes acadêmicos e sociais associados ao ensino, pesquisa, extensão e inovação. As ações desenvolvidas até o momento demonstram potencial na articulação entre a organização do evento e diferentes setores empresariais regionais privados e públicos, bem como na divulgação do evento.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BRASIL. Ministério da Educação. Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018. Institui as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 dez. 2018.

ENEQ. XXII Encontro Nacional de Ensino de Química. Disponível em: <https://www.even3.com.br/xxieneq-397660/>. Acesso em: 16 jul. 2025.

FORPROEX – Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras. Política Nacional de Extensão Universitária. Brasília: FORPROEX/Andifes, 2012.

FREIRE, P. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. 19. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

SBENQ. Sociedade Brasileira de Ensino de Química. XXII Encontro Nacional de Ensino de Química – Tema, apoio e atividades. Disponível em: <https://www.sbj.org.br/ensino/eneq/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SBQ. Sociedade Brasileira de Química - Divisão de Ensino. Histórico e Edições. Disponível em: <https://www.sbj.org.br/ensino/eneq/>. Acesso em: 13 jun. 2025.

SILVA, A. C. et al. Anais dos ENEQ: o que nos dizem sobre a área de educação em química no Brasil? Química Nova na Escola, São Paulo, 2021. Disponível em: SciELO.br. Acesso em: 04 jul. 2025.

UFPel – Universidade Federal de Pelotas. Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2022–2026. Pelotas: UFPel, 2021. Disponível em: [https://wp.ufpel.edu.br/planejamentoufpel/files/2022/09/PROPLAN-CDIP\\_PDI-2022-2026\\_rev15-23SET22.pdf](https://wp.ufpel.edu.br/planejamentoufpel/files/2022/09/PROPLAN-CDIP_PDI-2022-2026_rev15-23SET22.pdf). Acesso em: 17 jul. 2025.

# A ATUAÇÃO DO PROJETO PAPO DE GESTÃO POR MEIO DO INSTAGRAM: ANÁLISE DOS PRIMEIROS RESULTADOS

<sup>1</sup>CAMARGO, JOÃO PEREIRA; <sup>2</sup>MOREIRA, BRUNO; CLAUHS, <sup>3</sup>WILLIAM TAVARES; <sup>4</sup>SOARES, ISABEL TERESINHA DUTRA; <sup>5</sup>ALISSON EDUARDO MAEHLER

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas - joaopereiracamargo13@gmail.com;

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas brunomoreira062@outlook.com.br

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas - williamclauhs@yahoo.com.br

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas - isabel.teresinha@ufpel.edu.br

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas - alisson.maehler@gmail.com

## 1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais a universidade precisa falar com a comunidade e o meio pelo qual isso pode acontecer é através da extensão universitária. A Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018, do Conselho Nacional de Educação (CNE) e da Câmara de Educação Superior (CES) estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e determina, em seu Art. 4º, que "as atividades de extensão devem compor, no mínimo, 10% (dez por cento) do total da carga horária curricular estudantil dos cursos de graduação", perfazendo a matriz curricular dos cursos. Tal exigência passou a valer a partir de 2023 para todas as Instituições de Ensino Superior do Brasil.

A base legal que criou a necessidade de maior integralização da extensão, ou seja, a curricularização da extensão, foi a Lei nº 13.005/2014, que aprovou o Plano Nacional de Educação (PNE). Segundo Tissot et al. (2024), este processo enriquece a experiência educacional dos estudantes e promove uma troca valiosa de conhecimentos entre a universidade e a sociedade, porque o saber acadêmico é socializado e difundido pelas atividades de extensão. Neste contexto, em 2023, um grupo de professores do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO), da UFPel, criou o projeto de extensão intitulado "Papo de Gestão", que abarca 3 ações de extensão: (1) o *blog* "Papo de Gestão", em uma página na internet; (2) uma página na rede social Instagram cujo perfil é "blogpapodegestao" e (3) uma série de palestras como alunos egressos e profissionais que atuaram ou atuam no exterior para que compartilhem suas experiências (Papo de Gestão, 2025).

É sabido que todos os projetos precisam ser avaliados em seus resultados e impactos na comunidade, por isso foi elaborada a pergunta que embasa o problema dessa pesquisa: quais os resultados e as conquistas que o projeto "Blog Papo de Gestão" obteve com sua interatividade na rede social Instagram? Nesse sentido foi também traçado o objetivo geral deste trabalho: analisar quais são os principais resultados, desafios e conquistas do projeto "Blog Papo de Gestão" na página do Instagram.

## 2. METODOLOGIA

O presente trabalho tem características de pesquisa qualitativa que, segundo Gil (2019), representa a natureza da análise dos dados obtidos por meio das pesquisas de campo. A pesquisa qualitativa busca conhecer sentimentos,

intenções, opiniões e comportamentos, sendo muito utilizada nas ciências sociais aplicadas. Quanto ao tipo de pesquisa, trata-se de uma pesquisa documental, pois foi analisada a página “blogpapodegestão”, na rede social Instagram, onde foram coletados dados, na forma de indicadores, tais como: o número de postagens, a quantidade de seguidores, o número de interações, o alcance das postagens e os conteúdos postados. Os dados foram coletados no mês de julho de 2025 e foram tratados, conforme Bardin (1977), por meio da análise de conteúdo.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Ao longo desses anos, o projeto de extensão “Papo de Gestão” tem realizado diversas ações e efetuado participações em eventos e projetos acadêmicos ligados à UFPel. Alunos e docentes têm se mobilizado para apresentar e postar notícias relacionadas à vida acadêmica, para criar e organizar eventos, buscando integrar o público de dentro e de fora da universidade nas ações da UFPel.

O projeto “Papo de Gestão”, por meio da plataforma do Instagram, tem prestado um serviço de fornecer informações relevantes, tais como vagas de estágio, vagas de emprego, divulgação de cursos, muitas vezes gratuitos, realização de entrevistas com pessoas que tiveram experiências profissionais e acadêmicas dentro e fora do país. O projeto tem proporcionado aos estudantes, assim como também aos docentes e aos técnicos, oportunidades de aumentar seus conhecimentos, a partir das informações recebidas, e melhorar suas chances profissionais com os comunicados, disponíveis na plataforma, sobre as oportunidades profissionais.

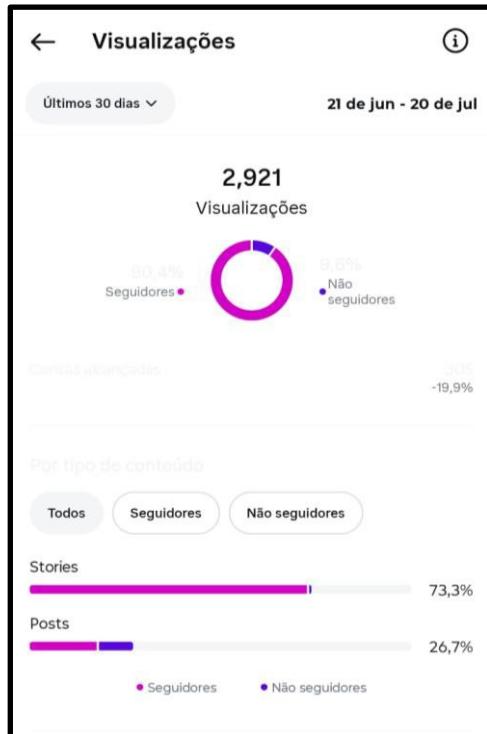
No Instagram (e em outras redes sociais ou blogs), *posts* são as publicações de conteúdo que os usuários criam e compartilham. Em outras palavras, é tudo o que pode ser visto no *feed*, no perfil ou nos *stories* de alguém. Os *stories* são fotos ou vídeos curtos (até 60 segundos) que desaparecem após 24 horas, aparecendo na parte superior do *feed*, em pequenos círculos, para mostrar o dia a dia, ou para interagir de forma mais direta com os seguidores. Na sequência, na Figura 1 e na Figura 2, pode ser acompanhado o alcance de *Stories* e *Posts* resultantes das métricas geradas no Instagram, no período de 21 de junho a 20 julho de 2025:

**Figura 1:** Dados da página do Instagram do Blog Papo de Gestão

Número de seguidores	341
Contas alcançadas	451
Visualizações	4.683
Posts	25
Seguindo	459

Fonte: Instagram (2025).

Figura 2: Análise de acessos e visualizações do Blog Papo de Gestão



Fonte: Instagram (2025)

Como resultados, foi possível verificar que, em 30 dias, a página no Instagram teve quase 3 mil visualizações, em especial no que se referiu aos *stories*, o que significa que imagens e vídeos curtos, que ficam visíveis 24 horas, são os mais visualizados. Os envolvidos do projeto de extensão se empenham para manter a página sempre atualizada, constantemente postando conteúdos novos e relevantes, que gerem engajamento e *views*. Os *posts*, ou seja, as postagens perenes do *feed* principal, que ficam permanentemente na grade do perfil, têm menos acesso, indicando que nem sempre o usuário tem tempo de ver a página, mas que sim o visitante visualiza postagens curtas.

A plataforma Instagram oferece vários dados e informações, que são úteis aos administradores das páginas, permitindo a tomada de decisões estratégicas. Outra informação importante é que é necessário seguir vários perfis no Instagram para também aumentar o número de seguidores do Instagram do “Blog Papo de Gestão”.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O uso de redes sociais para divulgação científica e universitária tem se mostrado uma das estratégias para gerar engajamento do público mais jovem, para levar a informação diretamente aos usuários, para aumentar a interação da universidade com a comunidade e para melhorar a comunicação institucional. Nesse sentido, verificamos que a rede Instagram é uma ferramenta muito útil, pois é popular entre as pessoas mais jovens, um dos maiores grupos de frequentadores da universidade. Trata-se de uma ferramenta sem custo e que, quando bem utilizada, pode contribuir para o alcance dos objetivos da universidade no sentido de trazer novos futuros alunos para, ao conhecerem melhor a UFPel, se

interessarem por acessar o universo dos cursos, projetos e ações dessa instituição de ensino.

No entanto, é preciso ter responsabilidade no conteúdo postado, evitando-se abordar assuntos polêmicos, assumir posicionamentos político-partidários e lançar conteúdos que possam ofender as minorias, os grupos vulneráveis da sociedade. Cabe aos docentes estarem atentos ao que está sendo divulgado pelos estudantes enquanto executores da atividade extensionista.

Como limitações do trabalho se pode destacar o curto período de verificação, que foi menos de um ano, o que não permite uma análise mais aprofundada nem generalizações. Como estudos futuros sugerimos a verificação de outras plataformas, a exemplo do Tik Tok, Facebook e Blogs, continuando a averiguar qual a visão da comunidade sobre a utilidade dessas ferramentas de comunicação digital no meio estudantil.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.

BRASIL. **LEI Nº 13.005, DE 25 DE JUNHO DE 2014**. Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE para o decênio 2014-2024 e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 26 jun. 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm). Acesso em: 21 jul. 2025.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Câmara de Educação Superior (CES). **Resolução CNE/CES Nº 7, de 18 de dezembro de 2018**. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto nas metas 12.7 e 12.8 da Lei nº 13.005/2014 (Plano Nacional de Educação - PNE).

[Brasília, DF]: MEC, 2018. Disponível em: [rces007\\_18](https://www.instagram.com/blogpapodegestao?utm_source=ig_web_button_share). Acesso em: 21 jul. 2025.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

**PAPO DE GESTÃO UFPEL**. [Página de Instagram]. 2025. Disponível em:

[https://www.instagram.com/blogpapodegestao?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share](https://www.instagram.com/blogpapodegestao?utm_source=ig_web_button_share)

TISSOT, Giovana Oyarzabal; flores, Eliane Nunes; FREITAS, Vinicius Pereira, MAEHLER, Alisson Eduardo; SILVA, Francielle. Análise da influência do projeto de extensão “Blog papo de gestão” para a comunidade. In: 13 Fórum Internacional Ecolnovar, 2024, Rio Grande - RS. **Anais**. Rio Grande: ECOINOVAR, 2024.

## GESTÃO ÁGIL NA PRÁTICA: COMUNICAÇÃO, CULTURA E FORMAÇÃO NA REDE DE MUSEUS DA UFPEL

**DENILTO MACIEL DIAS<sup>1</sup>**; **GABRIELA TEIXEIRA<sup>2</sup>**; **ELEONORA CAMPOS DA MOTTA SANTOS<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [deniltomacieldias@gmail.com](mailto:deniltomacieldias@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [gabrieliteixeira1419@gmail.com](mailto:gabrieliteixeira1419@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [eleonora.santos@ufpel.edu.br](mailto:eleonora.santos@ufpel.edu.br)

### 1. INTRODUÇÃO

A comunicação institucional tem se consolidado como recurso estratégico para articular cultura, ensino, extensão e comunidade em universidades. Entre abril e maio de 2025, a Rede de Museus da UFPel participou ativamente da 23<sup>a</sup> Semana Nacional de Museus, promovida pelo IBRAM, e da realização do Seminário da Semana de Museus da UFPel 2025, eventos que demandaram uma abordagem organizada e sistemática de comunicação institucional. Esses eventos nacionais e regionais exigiram produção de conteúdo audiovisual, coleta de dados por formulários, mobilização digital e mobilização comunitária.

O tema da 23<sup>a</sup> Semana Nacional de Museus, que mobilizou museus e instituições culturais em todo o Brasil, foi uma oportunidade para reafirmar o protagonismo da educação museal e a interligação entre patrimônio, pesquisa e sociedade (IBRAM, 2025, p. 5). No Seminário da UFPel, foram promovidas conferências, oficinas e ações de extensão que envolveram os principais museus universitários da rede, como o Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo (MALG), Museu do Doce e Museu Carlos Ritter, fortalecendo a visibilidade institucional e a integração com a comunidade.

Diante da necessidade de articular múltiplas tarefas — produção de *posts*, *stories*, *reels*; planejamento gráfico; organização de cronogramas; cobertura audiovisual — adotou-se a gestão ágil, utilizando o método *Kanban* por meio do *Trello*. Além disso, as ações de comunicação museal foram apoiadas por estudos sobre turismo cultural reforçando a relevância das ações digitais da Rede de Museus e Acervos da UFPel. A experiência extensionista com bolsistas também foi central articulando teoria e aplicação real nas atividades de comunicação cultural.

Com isso, o presente relato tem como objetivo apresentar a vivência da aplicação de práticas de gestão ágil na comunicação institucional da Rede de Museus e Acervos da UFPel durante os eventos de 2025, destacando os impactos organizacionais, comunicacionais e formativos resultantes da experiência.

### 2. METODOLOGIA

A aplicação do *Trello* com lógica *Kanban* possibilitou a visualização do andamento das tarefas de maneira colaborativa e transparente. De acordo com Schwab; Beedle (2002, p. 33), "o *Kanban* é eficaz para reduzir gargalos e tornar

visível o progresso do trabalho". As reuniões diárias, o uso de formulários digitais e a inteligência artificial "Manu" (via AI Studio) compuseram uma abordagem integrada.

As ações envolvem bolsistas de extensão atuando na grande área das ciências sociais aplicadas. Entre os instrumentos utilizados estão diagnósticos das redes sociais, padronização de publicações, cobertura audiovisual e elaboração de um Guia Interno de Ações para Bolsistas. A coordenação dessas atividades reflete a articulação com a formação acadêmica dos estudantes e a estruturação das rotinas institucionais.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Os resultados digitais foram expressivos. No Instagram, houve 172.817 visualizações (+21.400%), 19.332 contas alcançadas (+685,9%), 3.087 interações com conteúdo (+15.300%), 1.963 visitas ao perfil (+1.900%), 325 novos seguidores (+282,4%) e 37 cliques em links (+100%). No Facebook, com acesso parcial, registraram-se 4.336 visualizações (+503,1%), 1.910 contas alcançadas (+478,8%), 143 interações (+4.700%), 258 visitas ao perfil (+352,6%) e 8 novos seguidores (+100%). Esses dados evidenciam um desempenho significativamente melhorado da comunicação digital da Rede de Museus e Acervos da UFPel com a comunidade em geral.



Figura 1: Insights do Facebook.  
Fonte: Meta Business Suite, 2025.

Figura 2: Insights do Instagram.  
Fonte: Meta Business Suite, 2025.

Segundo Sutherland (2014, p. 23), "a aplicação do *Scrum* e demais práticas ágeis pode dobrar a produtividade das equipes e reduzir os desperdícios de esforço". Os indicadores alcançados confirmam esse potencial, refletindo maior visibilidade institucional e engajamento social.

Um elemento relevante nesse processo foi o *Workshop* de Fotografia de Arte ministrado pelo Prof. Ricardo Ayres no Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo (MALG). O evento ofereceu formação prática em técnicas de registro museológico, contribuindo para a qualificação técnica dos bolsistas. Conforme Martins (2013, p. 92), "a imagem fotográfica, quando tratada com intencionalidade estética e técnica, torna-se um poderoso instrumento de mediação cultural, especialmente em espaços museais". A partir desse *workshop*, observou-se uma melhora significativa na produção de fotos e vídeos institucionais, refletida no aumento da

qualidade visual e no fortalecimento da identidade da Rede de Museus e Acervos da UFPel.

Durante 2025, foi elaborado um Guia Interno de Ações para Bolsistas, desenvolvido com o apoio e perspectiva dos colegas da Rede de Museus da UFPel. Esse guia consolidou práticas úteis adotadas durante o período da bolsa — como o uso de aplicativos de organização (Trello, técnica Pomodoro e Google Agenda), a criação de cronogramas e a integração com mídias sociais e processos de extensão — que se mostraram eficazes para o trabalho atual e também servirão de referência para futuros bolsistas da rede. Como destaca Oliveira (2017, p. 113), “a atuação em projetos extensionistas proporciona aos estudantes uma aprendizagem prática e reflexiva”. Ao reunir essas práticas em um documento colaborativo, fortalece-se não apenas o planejamento individual, mas também o coletivo extensionista, transformando os bolsistas em agentes ativos de comunicação, engajamento comunitário e articulação institucional no contexto da Universidade Federal de Pelotas.

No campo do turismo cultural, a comunicação estratégica tornou os museus mais visíveis e conectados ao patrimônio local. Silva (2018, p. 78) reforça que “a visibilidade digital de museus contribui para o fomento do turismo patrimonial e da educação cultural”.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A experiência desenvolvida junto à Rede de Museus e Acervos da UFPel demonstrou a efetividade da combinação entre gestão ágil, tecnologias digitais e formação extensionista na qualificação da comunicação institucional e na articulação de ações culturais. Os resultados apontam ganhos significativos em termos de organização interna, visibilidade pública e engajamento com a comunidade, aproximando o universo acadêmico dos museus ao cotidiano do público interno e externo à universidade.

Além de reforçar a função pedagógica das bolsas de extensão, a atuação prática nas áreas de comunicação e organização museológica permitiu aos estudantes a aplicação de metodologias inovadoras nas suas práticas, ampliando sua formação profissional. A adoção de ferramentas como *Trello*, *Canva*, *AI Studio* e *Meta Business Suite* revelou-se essencial para alcançar padrões de qualidade e constância nas publicações, além de possibilitar o monitoramento de métricas de desempenho.

Entretanto, ainda há desafios a serem enfrentados, especialmente no que diz respeito à integração sistêmica entre os museus. Observou-se que a comunicação entre os núcleos museológicos carece de maior fluidez e articulação. Uma sugestão futura é a criação de um calendário digital unificado de visitações e eventos, de acesso compartilhado entre os museus vinculados à Rede de Museus e Acervos da UFPel. Essa medida pode facilitar a organização interna, evitar sobreposições de datas e potencializar a divulgação coletiva das ações culturais.

Ademais, é importante destacar a necessidade de ferramentas profissionais para edição e criação de materiais gráficos e audiovisuais. Programas como *Adobe Photoshop*, *Illustrator* e outras ferramentas do pacote *Adobe* são essenciais para qualificar a produção visual dos museus. No entanto, muitos bolsistas enfrentam a limitação de recursos, sendo obrigados a recorrer a plataformas mais acessíveis, como o *Canva*. Embora essa ferramenta seja útil, ela não oferece o mesmo nível de sofisticação e flexibilidade dos softwares profissionais, prejudicando, assim, o desenvolvimento de projetos com maior complexidade e qualidade. O investimento em tais ferramentas pode ser fundamental para elevar o padrão de produção e a excelência na comunicação visual e digital dentro da Rede de Museus e Acervos da UFPel.

Da mesma forma, recomenda-se aprofundar a comunicação e cooperação entre bolsistas de diferentes unidades. A construção de campanhas conjuntas, séries audiovisuais integradas e projetos interinstitucionais pode gerar maior engajamento nas redes sociais, reforçar a identidade da Rede de Museus e Acervos da UFPel e estimular a produção colaborativa e criativa de conteúdos. Tais ações favorecem também a criação de uma memória institucional audiovisual e documental mais robusta e alinhada com os objetivos da política museológica universitária.

Essas perspectivas futuras apontam para um fortalecimento ainda maior da Rede de Museus e Acervos da UFPel, consolidando sua atuação como espaço de ensino, pesquisa, extensão e inovação.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- IBRAM. Tema da 23ª Semana Nacional de Museus: o futuro dos museus em comunidades em rápida transformação. Brasília, 2025.
- HIGHSITH, J. *Agile Project Management: Creating Innovative Products*. 2. ed. Boston: Addison-Wesley, 2009.
- OLIVEIRA, M. C. *A importância das bolsas acadêmicas na formação profissional*. São Paulo: Atlas, 2017.
- SCHWABER, K.; BEEDLE, M. *Agile Software Development with Scrum*. Upper Saddle River: Prentice Hall, 2002.
- SILVA, R. M. Comunicação e gestão no turismo cultural: desafios e perspectivas. *Revista Brasileira de Turismo*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 75–85, 2018.
- SUTHERLAND, J. *Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time*. New York: Crown Business, 2014.
- MARTINS, R. L. *Fotografia, museu e educação: imagens como mediação cultural*. São Paulo: Perspectiva, 2013.

# AS ESTRATÉGIAS NAS REDES SOCIAIS PARA PROMOÇÃO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

**NICOLE FERREIRA GARCIA<sup>1</sup>; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS<sup>2</sup>; MARCELO DE AVILA LEÃO<sup>3</sup>; ROGER BRUNO DE MENDONÇA<sup>4</sup>; ALESSANDRO CURY SOARES<sup>5</sup>; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas - UFPel, Curso de Bacharelado em Química – nicole.transfere@gmail.com*

<sup>2</sup>*UFPel, Licenciatura em Química – juliacollaresdossantos@hotmail.com*

<sup>3</sup>*UFPel, Licenciatura em Química – marceloleaoufpel@outlook.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências - PPGECi – rogerbruno2009@gmail.com*

<sup>5</sup>*UFPel, Centro de Ciências Químicas, Farmacêuticas e de Alimentos - CCQFA, Curso de Licenciatura em Química – alessandro.soares@ufpel.edu.br*

<sup>6</sup>*UFPel, CCQFA - alinejoana@gmail.com*

## 1. INTRODUÇÃO

As gerações criam identidades únicas de comunicação, sendo a comunicação digital a mais atual, onde tudo encontra-se a um clique de distância e nada está tão longe que não possa ser alcançado ou descoberto (BARROS et al., 2012). Segundo HELDER (2024), as mídias mostraram uma variação de 13% para 85% de acessos, no Brasil, em apenas 20 anos.

Esses dados nos levam a acreditar que a arte de comunicar é derivada da divulgação e interação sobre a informação, entre redes simples ou complexas. Já a informação pode ser compreendida como um vasto banco de dados, acumulado ao longo do tempo, sobre determinado assunto ou indivíduo (BERNARDI, 2007). Há registros de que a informação se faz mais acessível a todos os públicos que estão conectados digitalmente, no entanto, o contrário ocorre com a comunicação entre as pessoas, que vem sendo defasada por essa prática, originando, desta forma, um déficit social (BARROS et al., 2012).

Após a pandemia, os acessos digitais se tornaram parte do cotidiano, influenciando trabalho, estudos e vida social. Nesse cenário, a extensão universitária se apresenta como uma estratégia para promover comunicação eficaz entre a universidade e a sociedade, usando meios digitais para compartilhar informações confiáveis (SANTOS et al., 2022). Tais ações beneficiam tanto o público quanto os graduandos, ao aproximar o conhecimento da realidade social. Segundo Freire (1983), o conhecimento envolve uma relação subjetiva entre “Sujeito-Mundo”, e não apenas a troca de informações. Assim, a extensão rompe os limites burocráticos da academia, promovendo um vínculo mais humanizado e acessível com a sociedade.

As redes sociais surgem como uma ferramenta de oportunidades, onde se pode haver um contato com variados públicos em um alto grau de alcance, desta forma, gerando uma alta visibilidade a conteúdos químicos de forma recontextualizada, dando maior acessibilidade para o público em geral e democratizando conhecimento científico (ALMEIDA, 2019). Portanto, a partir das redes sociais podemos destacar o papel da divulgação científica (DC) na democratização do conhecimento, transformando linguagens complexas em conteúdos acessíveis ao público geral (BUENO, 2010). Essa prática, aliada às redes sociais, amplia o alcance e a visibilidade da ciência, permitindo que

informações científicas influenciem desde o incentivo à melhoria da qualidade de educação até situações cotidianas.

Nesse sentido, as ações do projeto de extensão Transfere estão alinhadas com os pressupostos da divulgação científica e da extensão universitária, no intuito de ampliar o acesso da comunidade em geral a conceitos químicos, de forma recontextualizada e conectada ao cotidiano daqueles que estão fora do meio acadêmico. As ações do projeto são realizadas por meio de ferramentas digitais, como o *Instagram* e os podcasts, utilizados para promover uma comunicação clara e engajada (MASSARANI; ALVES, 2019).

Desta forma, o objetivo deste trabalho é relatar algumas ações e estratégias realizadas nos últimos 6 meses pelos integrantes do projeto Transfere, que visam o aumento do alcance, e consequentemente, das visualizações no perfil do *Instagram* (@projetotransfere) e do *Facebook* (Projeto Transfere), de modo a compreender como essas ações contribuem para divulgação da ciência através da interação com o público via acessos digitais.

## 2. METODOLOGIA

No marketing digital, o funil de vendas se converte em uma captação de pessoas, que tende a interferir no seu modo de agir e pensar, desta forma direcionando-as para assuntos de interesse próprio (LEWIS, 1898) e a altmetria (PRIEM, 2010) é, basicamente, composta por três passos para a avaliação das métricas de: visualizações (alcance em um período de tempo); alcance (quantas pessoas foram alcançadas pelo conteúdo); engajamento (dessas pessoas quantas foram receptivas mais de uma vez com nossas interações).

Com base nesse referencial, estratégias foram propostas para as redes sociais do Projeto Transfere no *Instagram* e *Facebook*, sendo essas: ampliar a divulgação de vídeos e tornar nossos posts mais atrativos com imagens e desenhos relacionados ao tema.

A partir dos dados gerados na plataforma *Meta Business*, construímos gráficos que exemplificam a atividade de interação gerada em nossas redes sociais entre o período de 1º de Janeiro a 1º de junho de 2025.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

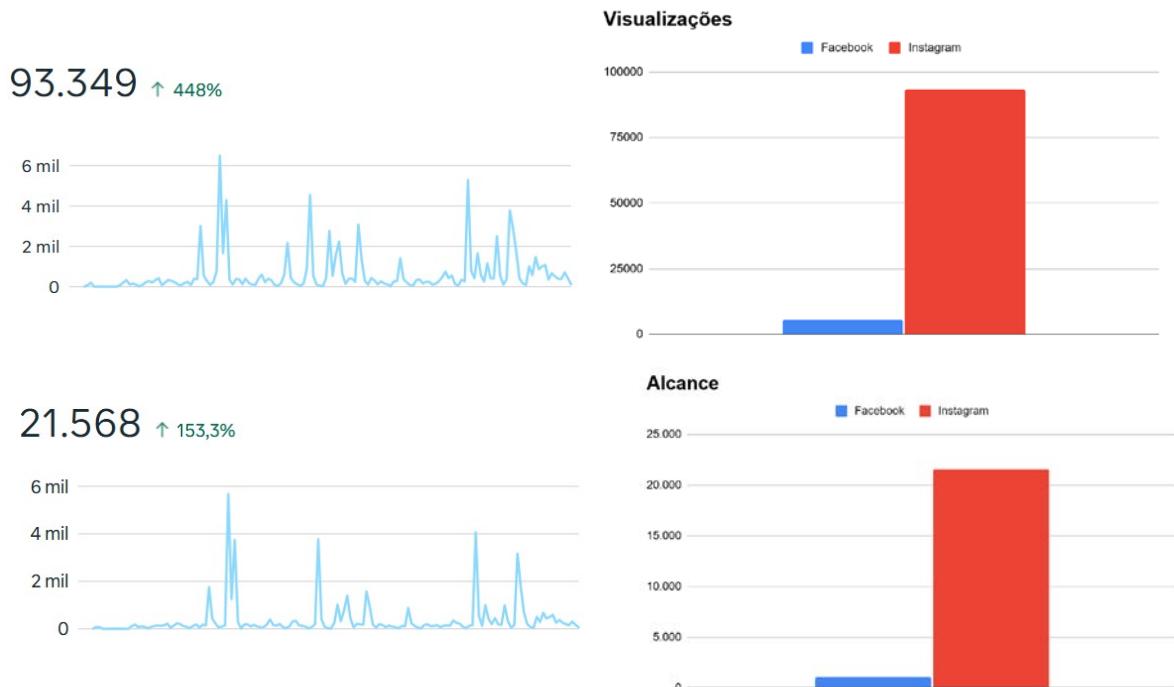
A partir das adaptações empregadas nas redes sociais, durante o período analisado, tivemos algumas mudanças significativas; as três métricas analisadas são: visualizações, alcance e engajamento.

As visualizações (Figura 1) situam em si a perspectiva do tráfego, que no nosso caso é 100% gratuito (orgânico), ou seja, este parâmetro indica se o conteúdo é atrativo e quais os tópicos despertaram maior interesse do público.

Os números mostram que no *Instagram* foi atingido um máximo de 9500 visualizações, valor nunca antes atingido pelo perfil. Já os números do *Facebook* mostraram a necessidade de mais trabalho, como a publicação nos grupos dessa rede social, e não apenas no perfil do projeto. O crescimento conjunto das redes sociais se fez positivo, mas indicam que ainda são necessárias mais ações, tais como: inclusão de mais vídeos de teor “viral” e narrativa menos robotizada.

Os picos, geralmente, ocorrem quando há postagem de vídeos ou conteúdos mais interativos, o que nos mostra a necessidade de mais conexão nas redes, seja em *stories* ou no *reels*.

Figura 1. À esquerda observa-se o comparativo de visualizações e alcance do *Instagram* para o período de análise. À direita verifica-se o crescimento das visualizações e do alcance nesse período para o *Facebook* e *Instagram*.



Fonte: Autores (2025).

Outra métrica importante é o alcance (Figura 2), onde novamente observamos que o *Instagram* mostrou melhor resposta que o *Facebook*. Isso, também, se dá pela migração de muitas pessoas do *Facebook* para outras redes. No entanto, devido ao alcance internacional que o perfil possui no *Facebook* (Angola, Moçambique e Portugal), optamos por mantê-la ativa, como objeto de comparação aos entendimentos de outros grupos culturais sobre química.

A terceira métrica é o engajamento e apresenta-se como vértice de “fidelização” dos seguidores, que é onde se estabelece um vínculo de confiança com o conteúdo o qual é disseminado, com a possibilidade de transformar-se em um canal de transmissão de informações e conhecimentos. O engajamento no *Instagram* chegou perto de 4000, já no *Facebook* não chegou a 500, no período analisado. O engajamento se mantém em uma margem boa, porém pode ser melhorado com o tempo e aperfeiçoamento de técnicas digitais pela equipe.

A receptividade e o aumento gradual das métricas pré estabelecidas mostram-se favoráveis, o que situa um grau de “sucesso” nas ações relatadas. No entanto, ainda é necessária a busca por outros referenciais teóricos e metodológicos para o aperfeiçoamento digital.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Através das ações desenvolvidas, juntamente às estratégias implementadas e relatadas para o período de 1º de janeiro a 1º de junho de 2025, foi possível observar que o uso planejado das redes sociais, especialmente do *Instagram*, tem se mostrado como uma ferramenta para ampliar o contato do conteúdo produzido pela equipe com o público, via acessos digitais, mostrando

também que nossas ações fazem seu papel, sendo este divulgar ciência e democratizar conhecimento científico.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, R. B. de. Proposição de estratégias de marketing digital para pesquisadores utilizarem as redes sociais como forma de divulgação científica. 2020. 138 f. **Dissertação**. Programa de Pós-Graduação em Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2019.
- BARCELOS, J.; DE MELO MARICATO, J. **Altmetria: uma análise de seus termos, expressões, conceitos e definições**. Em Questão, Porto Alegre, v. 29, 2023.
- BERNARDI, A. J. Informação, Comunicação, Conhecimento: Evolução e perspectivas. **TransInformação**, Campinas, v. 19, n. 1, p. 39-44, 2007.
- BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1, p. 1-12, 2010.
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- HELDER, D. Acesso à internet em residências brasileiras salta de 13% para 85% em 20 anos. **Pesquisa TIC Domicílios**, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/10/31/acesso-a-internet-em-20-anos-pesquisa-tic-domiciliros-2024.ghml>. Acesso em: 27 de jun. 2025.
- MASSARANI, L.; ALVES, R. Divulgação científica na universidade: perspectivas e desafios. **Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia**, v. 12, n. 2, p. 45-60, 2019.
- SANTOS, A. J. R. W. A dos.; SOUZA, E. V.; MOREIRA, L. L.; MOTA, J. V. M. As redes sociais aliadas à extensão universitária e sua contribuição na qualificação educacional. **Expressa Extensão**, v. 27, n. 1, p. 47-62, 2021.
- SILVA, A. DE A. B. M. F. A. DO C. R. L. A influência das redes sociais e seu papel na sociedade, 2012. Disponível em: <http://periodicos.letras.ufmg.br/index.php/ueadsl/article/viewFile/3031/2989>. Acesso em: 27 de jun. 2025.
- SOUZA, C. E.; SANTAELLA, L. Deep Fakes na perspectiva da semiótica. **TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, v. 23, p. 26-44, 2021.

## PODCAST E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: PLANEJAMENTO DE UMA SÉRIE DE EPISÓDIOS

ISABELA DA SILVA MARTINS<sup>1</sup>; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS<sup>2</sup>; ROGER BRUNO DE MENDONÇA<sup>3</sup>; ALESSANDRO CURY SOARES<sup>4</sup>; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [isabeladasilvamartins06@gmail.com](mailto:isabeladasilvamartins06@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [juliacollaresdossantos@hotmail.com](mailto:juliacollaresdossantos@hotmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Sul – [rogerbruno2009@gmail.com](mailto:rogerbruno2009@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [alessandro.soares@ufpel.edu.br](mailto:alessandro.soares@ufpel.edu.br)

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas - [alinejoana@gmail.com](mailto:alinejoana@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Por Divulgação Científica (DC), entende-se aqui o trabalho de comunicar ao público, em linguagem acessível, a construção do conhecimento científico e os princípios da ciência. A autora CALDAS (2010) indica que Divulgação Científica deve ter um compromisso com a construção da cidadania da população em geral. Portanto, acreditam que a DC vai além de informar sobre o conhecimento científico e tecnológico produzido, e, sim, são conhecimentos trabalhados de diferentes formas e lugares, seja em lugares de educação formal, como no ensino de Ciências, ou meios de comunicação (televisão, rádio, mídias sociais, imprensa escrita), centros e museus interativos de Ciência e programas de multimídia.

Com o crescimento exponencial do consumo de conteúdo em formato de áudio, o podcast se consolidou como uma das mídias mais acessíveis, democráticas e envolventes da atualidade, alcançando diferentes públicos e contextos. Essa consolidação se dá, em grande parte, pela sua capacidade de adaptação a diversas realidades e pela forma como possibilita o acesso a informações e reflexões de maneira simples e prática. Nesse cenário, o podcast pode também ser entendido e utilizado como ferramenta de DC (MENDONÇA, 2023) oferecendo potencialidades didáticas a partir de sua utilização na sala de aula, oferecendo alternativas para a educação e comunicação na Educação em Ciências. (MATTOS; ARAÚJO, 2021).

No contexto atual, em que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) estão profundamente integradas ao cotidiano das pessoas, torna-se essencial incorporá-las aos processos de ensino e aprendizagem. Essa integração pode ampliar o interesse de estudantes e da sociedade pela ciência, considerando as diversas possibilidades proporcionadas por essas tecnologias (SANTOS *et al.*, 2021). Baseado nisso, os podcasts se destacam como ferramentas TICs, por utilizarem recursos digitais para facilitar o acesso ao conhecimento.

Nesse sentido, nosso grupo inserido no projeto de Extensão, o Transfere, busca produzir alguns episódios alinhados com propostas que vão ao encontro da educação científica, focando na comunidade de modo geral, mas principalmente, na comunidade escolar. Foi produzida a primeira temporada de episódios, dentro do nosso podcast, o PodTransferir, e a partir desse trabalho, buscamos sistematizar ideias para a segunda temporada.

Um dos maiores desafios enfrentados por criadores de podcast é garantir que cada novo episódio seja relevante, coerente com a proposta do canal e bem estruturado, pois para manter a consistência e a qualidade dos episódios é preciso mais do que apenas boas ideias e equipamentos adequados, isso exige

planejamento estratégico e direcionamento ao público alvo. Nesse contexto, a adoção de perguntas padrão como ferramenta de planejamento surge como uma solução eficiente e prática. Esse recurso atua como guia na construção do conteúdo, facilita a organização temática, contribui para a elaboração de roteiros mais fluidos e favorece o alinhamento entre os objetivos do episódio e o perfil da audiência. Além disso, essa prática fortalece a identidade do podcast e otimiza o processo criativo, promovendo uma produção mais ágil, clara e profissional (AMADOR; RIBAS; MADUREIRA, 2024).

O intuito de criar um podcast é trazer benefícios, como acesso a materiais didáticos de qualidade, a documentários e a informações em formato de áudio, que podem ser acessados a qualquer momento do dia e em qualquer lugar (CASTRO; CONDE; PAIXÃO, 2014), basta um equipamento eletrônico como *smartphone* com rede *Wi-Fi*. Com base nisso, o objetivo deste trabalho é apresentar uma estrutura para o planejamento de episódios para uma série de podcast, com temáticas que permitam a criação de narrativas e discussões informativas, educativas, dinâmicas e informais feitas por graduandos para as comunidades escolares.

## 2. METODOLOGIA

Com base na primeira temporada que está sendo divulgada pelos colaboradores do projeto *Transfere* (Youtube/Projeto *Transfere* - <https://youtube.com/shorts/SMRzjq1DUho?feature=share> e Spotify/PodTransferir - <https://open.spotify.com/show/684IDIX8bBBd7cwDHvAeAU>), a equipe deste trabalho está planejando uma segunda temporada de episódios que descrevem um conjunto de perguntas padrão que visam facilitar a organização e pré-produção do conteúdo, bem como a elaboração do roteiro, a execução da gravação dos episódios e sua edição.

A preparação do podcast pode ser separada em três etapas: a pré-produção, com o planejamento do tema abordado e criação do roteiro; produção, onde é feita a gravação; e a pós-produção, contendo edição e publicação (SAIDELLES *et al.*, 2018). Além disso, é possível que após cada entrevista e gravação, surjam novas demandas de temas relacionados e/ou aprofundamento das discussões.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A utilização de ferramentas de DC, como o podcast, pode colaborar com o processo de ensino e aprendizagem, além de oferecer uma oportunidade de se conectar com conhecimentos químicos aplicados ao cotidiano, de maneira acessível (SILVA *et al.*, 2023). Pensando nisso, o planejamento de podcasts exige consistência e relevância na escolha dos temas emergentes e empáticos ao público, adequada condução de entrevista, elaboração de conteúdos atrativos e aprimoramento dos recursos envolvidos em sua produção.

O planejamento da próxima temporada do podcast *PodTransferir* tem o intuito de atingir o público escolar, abrangendo temas descritos no Quadro 1. Com base nestes temas e para iniciar o diálogo com os entrevistados, sugerem-se algumas perguntas (Quadro 1) para direcionar o diálogo informal, que será registrado por gravação de áudio.

Com o planejamento da nova temporada do podcast, é esperado que haja uma transformação social da ação de extensão na comunidade escolar, fazendo com que os alunos consigam compreender o conteúdo didático de uma maneira

mais descontraída, assim podendo contribuir para o seu entendimento de um material pedagógico formal em um formato informal. Há na educação não-formal uma intencionalidade na ação, no ato de participar, de aprender e de transmitir ou trocar saberes. A informal opera em ambientes espontâneos, onde as relações sociais se desenvolvem segundo gostos, preferências, ou pertencimentos herdados (GHON, 2006).

A sociedade está caminhando para aprender de novas maneiras, por novos caminhos, com novos participantes, de forma contínua (MORAN, 2012). Com isso, esta ação contribui de forma direta, se tornando essencial para a minha formação acadêmica tanto para a do grupo, pois adquirimos uma formação cidadã, nos conectando com o público e gerando uma troca de conhecimentos. A extensão constitui um princípio fundamental na formação profissional, uma vez que a Universidade Federal de Pelotas (UFPel), por meio do projeto Transfere, visa à formação de graduandos comprometidos com a integração entre universidade e sociedade. Essa articulação promove experiências significativas na trajetória acadêmica, refletidas em ações extensionistas que contribuem para o desenvolvimento do profissionalismo.

**Quadro 1.** Temas para uma série de Podcasts voltada ao público escolar.

TEMA	TÓPICO	CONEXÃO
Cientistas da comunidade: Projetos e Ações que transformam	Entrevistas com bolsistas, voluntários, professores e representantes de comunidades que impactam por meio de suas relações/ações sociais	Ensino superior, comunidade escolar, comunidade diversa
Ensino de química: Desafios e inovações na educação	Entrevistas com professores escolares e representantes de comunidades que impactam por meio do uso de metodologias ativas no ensino	Ensino superior, comunidade escolar, comunidade diversa
<b>PERGUNTAS</b>		
Qual sua comunidade ou local de ação?		
Seus projetos/suas ações são baseados em que temática?		
Qual a importância desse tema na sua comunidade?		
Como você tem se aperfeiçoado nesta área/tema?		
Como essa temática pode ser inserida na rotina de comunidades escolares?		
Qual o benefício/impacto para as comunidades escolares ou comunidades de jovens?		

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Ao identificar demandas e interesses que a comunidade escolar tem expressado, o Projeto Transfere tem direcionado suas ações para a criação de uma nova temporada do podcast PodTransferir. Essa iniciativa busca não apenas promover a Divulgação da Ciência de forma acessível e atrativa, mas também fortalecer os laços entre a Universidade e a sociedade por meio de práticas

extensionistas que valorizam o diálogo, a escuta e a construção de aprendizado. A participação na atividade de extensão universitária possibilitou o desenvolvimento de habilidades fundamentais para a formação acadêmica e profissional, como trabalho em equipe, escuta ativa, organização de ideias e domínio de ferramentas digitais. Essa experiência promoveu a vivência prática dos princípios da ação extensionista por meio da troca de saberes entre universidade e comunidade.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMADOR, E.; RIBAS, R.; MADUREIRA, K. **Apresentação e Desenvolvimento do Podcast - Transporte Em Foco.** (Trabalho de conclusão de curso) - Escola Superior Propaganda e Marketing. Rio de Janeiro, 2024.
- CALDAS, G. Divulgação Científica e Relações de Poder. **Revista Informação & Informação**, 15 (1esp), 31-42, 2010.
- CASTRO, L.; CONDE, I.; PAIXÃO, G.C. Podcasts exploratórios e colaborativos: oralizando conhecimentos em um curso de graduação à distância. **Revista Tecnologias na Educação**, a. 6, n.11, 2014.
- GOHN, M. G. **Educação não-formal, participação da sociedade civil e estruturas colegiadas nas escolas.** Ensaio: aval.pol.públ.Educ. 2006, vol.14, n.50, pp. 27-38. ISSN 0104-4036.
- MATTOS, M. S.; ARAÚJO, P. H. F. **A usabilidade do podcast como suporte para a construção de conhecimento no ensino de química.** Dissertação (Mestrado em Ensino de Química) - Instituto Federal do Amapá. Macapá, 2021.
- MENDONÇA, Roger Bruno de. Divulgação Científica: um estudo de revisão acerca das perspectivas e possibilidades para o Ensino de Química. 2023. 44 f. **TCC (Graduação em Química) - Centro de Ciências Químicas, Farmacêuticas e de Alimentos.** Universidade Federal de Pelotas, 2023.
- MORAN, J. M. **A educação que desejamos: novos desafios e como chegar lá.** 2. ed. Campinas, SP: Papirus, 2007.
- SAIDELLES, T.; MINUZI, N.; BARIN, C. S.; ARAÚJO, L. M. A utilização do podcast como uma ferramenta inovadora no contexto educacional. **Redin-Revista Educacional Interdisciplinar**, v. 7, n. 1, 2018.
- SANTOS, A. J. R. W. A.; SOUZA, E. V.; MOREIRA, L. L.; MOTA, J. V. M.; LAMPE, L.; SOUZA, S. R.; SILVA, V. S.; ALVES, L. L. **Plataformas Digitais como ferramentas nos processos de ensino e aprendizagem de Ciências.** In: Danielly de Souza Nóbrega; Lívia Fernandes dos Santos (Org.). Ciências em ação: perspectivas distintas para o ensino e aprendizagem de ciências. 1 ed. Guarujá - SP: Editora Científica, 2021, v. 1, p. 95-114.
- SILVA, L. B.; PIRES, E. V.; SILVA, N. S.; SILVA, D. S. A aplicação de podcasts e aplicativos como ferramenta pedagógica para o Ensino de Química. **Revista Científica e-Locução**, v. 1, n. 24, 2023.

# ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DO GRUPO CLINEQ NO INSTAGRAM NO ALCANCE E NA DISSEMINAÇÃO DE CONTEÚDOS EQUESTRES NO MEIO DIGITAL

MARIA EDUARDA ITURBIDE DE ZOUZA<sup>1</sup>; BIANCA DE FÁTIMA DALLO<sup>2</sup>;  
GIOVANNA HELENA DA SILVA THIER<sup>3</sup>; FLÁVIA MOREIRA<sup>4</sup>; VITÓRIA  
MÜLLER<sup>5</sup>; BRUNA DA ROSA CURCIO<sup>6</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – duda\_iturbide01 @hotmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – biancadallo @ufpr.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ghsthier@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – flaviamoreira1357@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mullervitoria @hotmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – curciobruna @hotmail.com*

## 1. INTRODUÇÃO

No contexto contemporâneo, segundo BIK; GOLDSTEIN (2013), as ferramentas de mídia social oferecem uma maneira poderosa para os cientistas impulsionarem seu perfil profissional e atuarem como uma voz pública da ciência. Diante disso, o presente estudo se propõe a investigar não apenas a adoção dessas mídias pelos cientistas, mas também os efeitos práticos dessas interações sobre o engajamento e a difusão de boas práticas no universo equestre.

Considerando esse panorama, estar em uma universidade federal implica o compromisso ético e social de transmitir o conhecimento adquirido para além dos “muros da instituição”. Nesse sentido, o papel dos discentes e docentes vai além da simples divulgação pessoal de seus trabalhos: trata-se de compartilhar os saberes construídos academicamente, reinvestindo na sociedade a oportunidade de formação que lhes foi concedida.

A partir dessa compreensão sobre a relevância de compartilhar o conhecimento acadêmico, surgiu o perfil @clineq.ufpel na rede social *Instagram*. Esse perfil representa o Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Clínica de Equinos (ClinEq) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), coordenado pela professora Bruna Curcio e pelo professor Carlos Eduardo Nogueira. Esse espaço virtual tem como finalidade divulgar os conhecimentos adquiridos e desenvolvidos pelos seus colaboradores.

Assim, este trabalho tem como objetivo geral analisar de que forma os seguidores do perfil @clineq.ufpel engajam com os diferentes eixos de conteúdo divulgados no Instagram incluindo conteúdo educativo de base acadêmica, divulgação de eventos relevantes ao meio equestre e ações extensionistas promovidas pelo grupo. Com isso, busca-se fornecer subsídios práticos para otimizar estratégias de comunicação científica e extensionista em nichos veterinários especializados.

## 2. METODOLOGIA

Esse estudo caracteriza-se como pesquisa quantitativa, uma vez que se baseou exclusivamente em métricas extraídas do *Instagram Insights* (visualizações, compartilhamentos e salvamentos), ferramenta de estatísticas integrada à plataforma. Para isso, foram selecionadas postagens publicadas no perfil @clineq.ufpel entre janeiro de 2024 e julho de 2025, pertencentes a três eixos de conteúdo: conteúdo educativo de base acadêmica, divulgação de

eventos relevantes ao meio equestre e ações extensionistas promovidas pelo grupo.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Nesta seção são apresentados os relatos das ações já implementadas pelo Grupo ClinEq no Instagram e os impactos percebidos até o momento. No total, foram analisadas 21 publicações distribuídas em três eixos de atuação: 5 de conteúdo educativo de base acadêmica, 7 de divulgação de eventos e 9 de ações extensionistas. Essas postagens foram mensuradas por meio de métricas do *Instagram Insights*, permitindo não apenas quantificar o engajamento, mas também inferir como diferentes tipos de conteúdo contribuem para a disseminação do conhecimento e para a mobilização da comunidade equestre.

No eixo de conteúdo educativo foram analisadas cinco publicações. Apesar da amostra pequena, os dados do *Instagram Insights* revelam informações importantes sobre a recepção do público. O post intitulado “Sepse neonatal e o uso de antibiótico em potros” (Figura 1A) registrou o maior número de salvamentos (53), seguido por “Desvios angulares e alterações posturais em potros” (45). Essa métrica é particularmente relevante em contextos de divulgação de conhecimento técnico, pois indica que os usuários perceberam utilidade no conteúdo e o guardaram para consulta futura, ou seja, mais do que uma reação rápida típica de redes sociais. Esse padrão sugere que as publicações estão entregando informações consideradas úteis e relevantes pela audiência.

No eixo de divulgação de eventos, a visibilidade das publicações é uma das métricas mais relevantes, pois indica que a informação está alcançando um público amplo, isto é, que as pessoas estão tomando conhecimento do evento, de seus participantes e das temáticas abordadas. As postagens relacionadas a esse eixo obtiveram aproximadamente 5 mil visualizações, o que evidencia que a informação foi amplamente disseminada. Em vista disso, a publicação mais visualizada foi a que tratou da Conferência Anual da XXV ABRAVEQ (Figura 2B), realizada em 2025 em Gramado (RS), edição que, conforme reportado, quebrou recordes de público. Esse cenário corrobora a ideia de que, embora o perfil @clineq.ufpel tenha sido um dos canais de divulgação, a ampla divulgação do evento no Instagram por múltiplos perfis contribuiu de forma sinérgica para atingir grande alcance e despertar o interesse em participação.

No eixo de ações extensionistas, foi registrado o maior volume de publicações (9), refletindo o comprometimento do Grupo ClinEq com atividades de extensão e sua busca contínua por inovação. Como essas iniciativas dependem do engajamento coletivo, priorizou-se a métrica de compartilhamentos, pois cada repostagem orgânica amplia o alcance da mensagem, ultrapassando a “bolha” de seguidores habituais. A publicação mais compartilhada (Figura 3C), com 63 *reposts*, divulgou a campanha de arrecadação de brinquedos para o Dia das Crianças no Ambulatório Ceval, que resultou na distribuição de 200 brinquedos e de diversos kits de docinhos para as crianças. Esses resultados demonstram como a rede social pode potencializar mobilizações solidárias.



Figura 1: captura de tela dos insights da publicação com maior número de salvamentos (A), captura de tela dos insights da publicação com maior número de visualizações (B) e captura de tela dos insights da publicação com maior número de compartilhamentos (C)

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O presente estudo alcançou o objetivo de analisar como os diferentes eixos de conteúdo (educativo, eventos e ações extensionistas) engajam os seguidores do perfil @clineq.ufpel no Instagram. A partir dos impactos observados, é possível concluir que cada eixo desempenha papel complementar na estratégia de comunicação do grupo: o conteúdo técnico favorece a fixação do conhecimento e utilidade percebida, a divulgação de eventos garante ampla visibilidade e as ações extensionistas mobilizam a comunidade para causas sociais.

O estudo apresenta limitações como o foco exclusivamente quantitativo e restrito ao Instagram, bem como o recorte temporal definido. Dessa forma, uma abordagem para estudos futuros pode integrar métodos qualitativos (entrevistas ou questionários) para compreender percepções de profundidade e explorar outras plataformas digitais, ampliando a compreensão sobre dinâmicas de engajamento e difusão de conhecimento em diferentes canais.

Este estudo reforça o potencial das redes sociais como instrumentos eficazes de extensão, ensino e pesquisa na área veterinária, fornecendo subsídios para o planejamento de estratégias de comunicação científica e extensionista em nichos especializados.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIK, Holly M.; GOLDSTEIN, Miriam C. *An Introduction to Social Media for Scientists*. **PLoS Biology**, v. 11, n. 4, p. e1001535, 2013. DOI: 10.1371/journal.pbio.1001535.

HSIAO, Yu-Hsiang; LIN, Yi-Yi. Decoding influencer marketing effectiveness on Instagram: Insights from image, text, and influencer features. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 85, p. 104285, jul. 2025. DOI: 10.1016/j.jretconser.2025.104285.

SARGENT, Savanna. **12 essential Instagram metrics to measure performance in 2025**. Sprout Social, 7 jul. 2025. Acesso em: 04 ago. 2025. Disponível em: <https://sproutsocial.com/insights/instagram-metrics/>

## MULHERES EM PERFIS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: PAPÉIS, VOZES E DESAFIOS PARA UMA CIÊNCIA MAIS INCLUSIVA

**ANDREIA ORESTES LIMA<sup>1</sup>; JÚLIA COLLARES DOS SANTOS<sup>2</sup>; ROGER BRUNO DE MENDONÇA<sup>3</sup>; ALESSANDRO CURY SOARES<sup>4</sup>; ALINE JOANA ROLINA WOHLMUTH ALVES DOS SANTOS<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal Pelotas – orestes@uol.com.br

<sup>2</sup>Universidade Federal Pelotas – juliacollaresdossantos@hotmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Sul – rogerbruno2009@gmail.com

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – alessandro.soares@ufpel.edu.br

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – alinejoana@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

No cenário atual onde as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) estão presentes intrinsecamente na vida das pessoas, é importante que se faça a associação das mesmas aos processos de ensino e aprendizagem. Essa abordagem pode potencializar o interesse dos estudantes e público em geral pela ciência, visto a gama de possibilidades que as TIC oferecem (SANTOS *et al.*, 2021).

A Divulgação Científica (DC) é um pilar fundamental para a construção de uma sociedade informada, crítica e engajada com o conhecimento científico (BUENO, 2006; MASSARANI; MOREIRA, 2005). Além disso, ao recontextualizar a complexidade da pesquisa acadêmica para o público em geral, ela democratiza o acesso à informação, inspira vocações e combate a desinformação.

Historicamente, o universo da ciência e sua comunicação foram dominados por uma narrativa predominantemente, masculina. Essa hegemonia levou à invisibilidade das contribuições femininas e à perpetuação de estereótipos de gênero que podem desestimular a participação de meninas e jovens mulheres em carreiras da Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (em inglês STEM) (CALOGHOU; LI, 2020). A imagem tradicional do cientista tem sido a de um homem branco e descabelado, o que limita a diversidade e a inspiração para grupos sub-representados. Em virtude disso, há esforços e transformações no sentido de alterar a representação de mulheres na DC, impulsionada pela desconstrução de estereótipos e pela valorização da pluralidade (FUNDAÇÃO LEMANN, 2024). Essa mudança se manifesta na visibilidade ampliada das mulheres cientistas.

Perfis como @womenthinkscience e @elaSTEM destacam cientistas brasileiras, suas pesquisas e trajetórias. A humanização da figura da cientista revela mulheres, não apenas como profissionais brilhantes, mas também, com paixões e desafios. A diversidade de campos e atuações demonstra que mulheres estão presentes em todas as áreas do conhecimento. Cientistas divulgadoras como Natalia Pasternak e as biólogas Laura Marise e Ana Bonassa, do canal “Nunca vi uma cientista”, traduzem conceitos complexos e conectam o público ao fazer científico. Criadoras de conteúdo e influenciadoras digitais, como jornalistas cientistas e comunicadoras, criam canais e perfis para mediar conhecimento e dar visibilidade a outras mulheres na ciência (EDUCA MAIS BRASIL, 2020).

Apesar de o Brasil ser um dos líderes globais na proporção de mulheres pesquisadoras, desafios de visibilidade, reconhecimento e acesso a posições de liderança ainda persistem (CNN BRASIL, 2024). Dessa forma, este trabalho

busca descrever, brevemente, alguns perfis de divulgação científica no Instagram vinculados à Universidade Federal de Pelotas, os quais têm foco na atuação e incentivo a mulheres cientistas nas áreas STEM.

## 2. METODOLOGIA

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa e descritiva, com foco na observação de perfis de divulgação científica no Instagram, coordenados por mulheres vinculadas à Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e que atuam em áreas STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática), a exemplo dos trabalhos de SILVA e SOUZA (2021) e SANTOS (2022).

Inicialmente, estabeleceu-se o foco na representatividade feminina na divulgação científica digital, especialmente no uso de redes sociais como o Instagram para esse fim. Foram selecionados apenas perfis de mulheres (professoras, pesquisadoras da UFPel), que desenvolvem atividades de divulgação científica relacionados a áreas STEM e com publicações regulares e voltadas à popularização da ciência.

A busca foi realizada nas mídias sociais (Instagram) a partir de palavras-chave como "ciência UFPel", "meninas na ciência", "divulgação científica UFPel", além da identificação de nomes de docentes da UFPel associadas a projetos de extensão e pesquisa com viés de divulgação científica.

Os dados foram sistematizados em um quadro contendo: nome do perfil, link para o Instagram, nome da coordenadora do projeto, resumo do conteúdo abordado e público-alvo.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

As plataformas digitais são meios que podem amplificar vozes, com potencialidade para alcançar um número maior de pessoas em um menor tempo. Porém, destaca-se ainda, que é um objetivo a ser alcançado, o aumento da representatividade de mulheres em veículos institucionais. Neste sentido, entende-se que os espaços digitais e as ações de DC realizadas nestes espaços são importantes para que as vozes femininas sejam valorizadas e influentes.

A análise da representação de mulheres atuantes na UFPel, em perfis de DC, revela um avanço significativo na visibilidade, celebração e desconstrução de estereótipos de gênero.

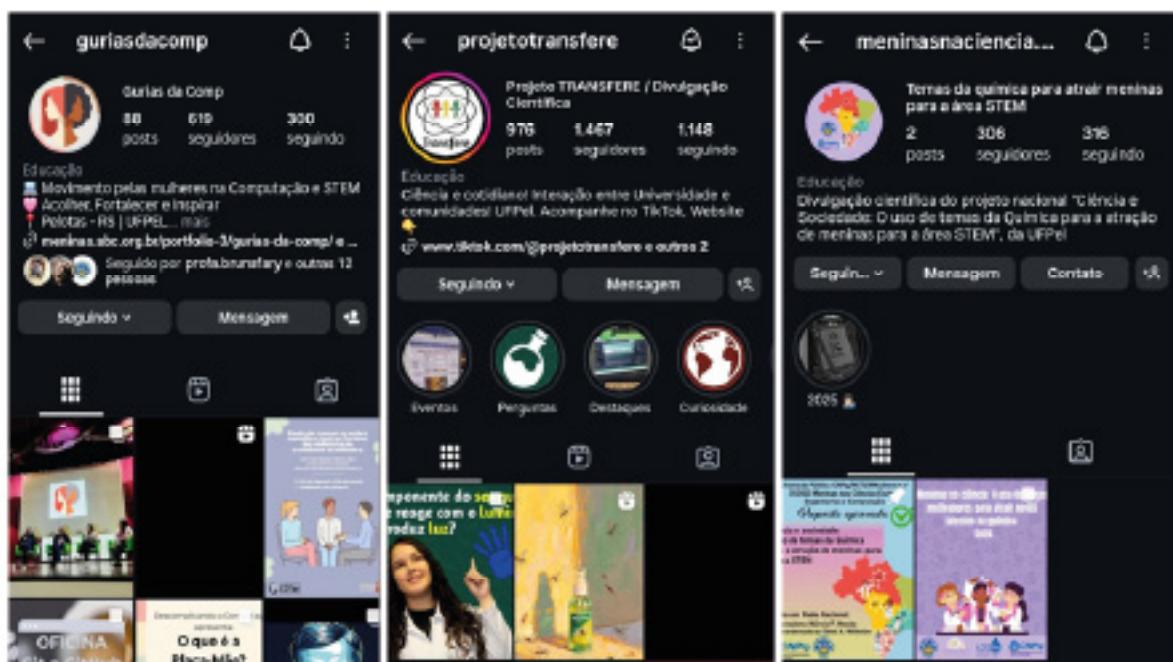
Na UFPel, mulheres estão mostrando seu protagonismo na comunicação científica, utilizando plataformas digitais, para inspirar futuras gerações em carreiras STEM. Alguns perfis podem ser citados: o "Projeto Transfere", o projeto "Meninas na Ciência" e o "Gurias da Comp" (Quadro 1).

A figura 1 mostra a página inicial de cada perfil, destacando-se que todos os três perfis analisados apresentam como característica comum o protagonismo feminino no gerenciamento das redes de divulgação científica e tecnológica nas áreas STEM e na produção de seus conteúdos. Além disso, essas redes buscam aproximar o público de diferentes níveis de escolaridade, utilizando uma comunicação motivadora, que combina informação e estímulo à representatividade feminina.

Quadro 1. Dados sobre cada perfil.

Nome do Perfil	Página no Instagram	Descrição e Público-Alvo
Projeto Transfere	@projetotransfere	<p>Foca na popularização da Química por meio de conteúdo acessível nas redes sociais.</p> <p>Público-alvo: jovens, estudantes do ensino médio, professores e interessados em química.</p>
Meninas na Ciência	@meninasnaciencia	<p>Incentiva à participação feminina na ciência, especialmente, na área de Química Analítica.</p> <p>Público-alvo: meninas do ensino médio e universitárias em formação.</p>
Gurias da Comp	@guriasdcomp	<p>Incentiva mulheres na computação e tecnologia, com postagens voltadas ao empoderamento feminino nas áreas STEM.</p> <p>Público-alvo: estudantes da computação, tecnologia e entusiastas de inovação com enfoque de gênero.</p>

Figura 1. Imagem de cada perfil no Instagram.



#### 4. CONSIDERAÇÕES

Os perfis de Divulgação Científica descritos neste trabalho buscam proporcionar informações e discussões para impulsionar a promoção de mudanças sociais na comunidade institucional e no público conectado no Instagram. Para consolidar esses avanços, é essencial o apoio, visando uma ciência mais diversa, inovadora e relevante em seu ambiente, de acordo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5-Igualdade de Gênero e 4-Educação de Qualidade.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, W. C. Comunicação científica: informação científica para comunicação pública da ciência. *Ciência da Informação*, v. 35, n. 2, p. 27-33, maio/ago. 2006.

CALOGHOU, Y.; LI, X. Women in STEM: Overcoming Gender Stereotypes and Boosting Female Participation in Science and Engineering Fields. *International Journal of Gender, Science and Technology*, v. 12, n. 2, p. 153-173, 2020.

CNN BRASIL. Participação feminina na ciência brasileira cresce 29% em 20 anos. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/participacao-feminina-na-ciencia-brasileira-cresce-29-em-20-anos-diz-relatorio/>. Acesso em: 26 maio 2025.

EDUCA MAIS BRASIL. Jovens criam Instagram para divulgar trabalho de mulheres na ciência. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/noticias/jovens-criam-instagram-para-divulgar-trabalho-de-mulheres-na-ciencia>. Acesso em: 26 maio 2025.

FUNDAÇÃO LEMANN. Dia Internacional das Mulheres e Meninas na Ciência: desafios, conquistas e equidade, 2025. Disponível em: <https://fundacaolemann.org.br/noticias/dia-internacional-das-mulheres-e-meninas-na-ciencia-desafios-conquistas-e-equidade/>. Acesso em: 26 maio 2025.

MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C. O papel da divulgação científica na percepção pública da ciência. *Ciência e Cultura*, v. 57, n. 4, p. 44-47, 2005.

SANTOS, A. J. R. W. A. dos; et al. Plataformas Digitais como ferramentas nos processos de ensino e aprendizagem de Ciências. In: Danielly de Souza Nóbrega; Lívia Fernandes dos Santos. (Org.). *Ciências em ação: perspectivas distintas para o ensino e aprendizagem de ciências*. 1 ed. Guarujá - SP: Editora Científica, 2021, v. 1, p. 95-114.

SANTOS, D. A. dos. As mulheres na ciência brasileira: crescimento, contrastes e um perfil de sucesso. *Educação & Sociedade*, v. 43, e253646, 2022.

SILVA, A. C.; SOUZA, M. O. Divulgação científica em redes sociais: o protagonismo feminino nas áreas de STEM. *Revista Brasileira de Divulgação Científica*, v. 18, n. 2, p. 123-140, 2021.

## COMUNICAR A ECONOMIA SOLIDÁRIA EM MEIO À DISPUTA DE SENTIDOS: PRÁTICAS E DESAFIOS DIGITAIS NO TECSOL

YASMIN ARROYO MACHADO<sup>1</sup>; RENATO FABRÍCIO DE ANDRADE  
WALDEMARIN<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – yayaarroyo2004@icloud.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – waldemarin@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Comunicar os princípios da economia solidária nas redes sociais é um desafio constante, especialmente em plataformas como o Instagram, moldadas por lógicas de consumo e individualismo. Este trabalho, voltado à área da comunicação e desenvolvido no âmbito do projeto de extensão TECSOL, um núcleo interdisciplinar de tecnologias sociais e economia solidária, da Universidade Federal de Pelotas, analisa as práticas e os desafios enfrentados pelo perfil @tecsol.oficial na tentativa de divulgar ações de empreendimentos, princípios e práticas de economia solidária em um ambiente hegemonicamente capitalista.

Tendo em vista os limites e possibilidades de comunicar a economia solidária em uma plataforma digital voltada à lógica de mercado, busca-se refletir sobre as disputas de sentido presentes na comunicação digital e as estratégias utilizadas para dar visibilidade a práticas econômicas alternativas.

A fundamentação teórica se apoia nos estudos sobre economia solidária (SINGER, 2002; GAIGER, 2004), comunicação popular e contra-hegemônica (PERUZZO, 2006) e educomunicação (SOARES, 2011).

O objetivo é analisar como o TECSOL atua na comunicação digital e quais estratégias são mobilizadas para promover a economia solidária em meio à disputa simbólica das redes sociais, contribuindo para o fortalecimento da extensão universitária como espaço de transformação social.

Nesse contexto, entende-se que comunicar é mais do que informar: é disputar sentidos, narrativas e visibilidades. A presença da economia solidária nas redes não se resume à divulgação de produtos ou serviços, mas envolve a construção de uma linguagem que refletia seus valores e práticas coletivas. Essa disputa simbólica exige não apenas domínio técnico das ferramentas digitais, mas também sensibilidade política para resistir às lógicas de homogeneização e esvaziamento de conteúdo que caracterizam boa parte da comunicação nas mídias sociais.

### 2. METODOLOGIA

Este trabalho adota uma abordagem qualitativa, com base na análise de conteúdo das publicações realizadas no perfil @tecsol.oficial no Instagram, considerando o período de janeiro a agosto de 2025. O objetivo foi observar como os princípios da economia solidária são comunicados e de que forma os discursos visuais e textuais dialogam com a lógica da plataforma.

Foram analisados critérios como linguagem utilizada, estética visual, engajamento das postagens e estratégias de mediação com o público. Além disso, buscou-se identificar momentos em que os valores da economia solidária — como

cooperação, autogestão e sustentabilidade — foram evidenciados ou prejudicados pela lógica algorítmica da plataforma.

A análise não se limitou apenas ao desempenho das postagens, mas também considerou os bastidores do processo comunicacional. Foram observados aspectos como os critérios de escolha dos temas, os debates internos sobre linguagem e estética, e as tentativas de equilibrar fidelidade aos princípios da economia solidária com estratégias de maior alcance. Esse olhar interno permitiu revelar tensões recorrentes entre intenção política e viabilidade comunicacional no ambiente digital.

Essa metodologia permitiu articular teoria e prática, valorizando a experiência extensionista como espaço de produção de conhecimento e intervenção social. A análise foi guiada por categorias construídas com base nos referenciais teóricos do campo da comunicação popular e da economia solidária.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A experiência de comunicação no perfil @tecsol.oficial revela uma série de aprendizados próprios da tentativa de divulgar a economia solidária em uma rede social comercial. Ao longo dos meses analisados, foi possível perceber que conteúdos que dialogam com estéticas e linguagens mais próximas das tendências da plataforma tendem a alcançar maior engajamento, mesmo quando abordam temas críticos ao sistema dominante.

Por outro lado, postagens que apresentam um tom mais institucional ou conceitual, ainda que fundamentais para a formação política, costumam ter menor alcance e interação, o que evidencia o desafio de comunicar propostas transformadoras em meio a uma lógica algorítmica que privilegia o entretenimento e o consumo. Um alcance expressivo foi a marca de 35% do público visualizador como não seguidores, o que revelou a divulgação do perfil como sugestão para alguns usuários. Essa constatação gerou reflexões importantes dentro da equipe de comunicação do projeto, incentivando a busca por formatos híbridos que consigam transmitir os valores da economia solidária sem perder conexão com o público.

Também se observou que o envolvimento contínuo com os empreendimentos permitiu construir uma comunicação mais sensível às realidades locais, valorizando histórias, rostos e práticas que muitas vezes não encontram espaço na mídia tradicional. Esse vínculo direto contribuiu para tornar os conteúdos mais autênticos e próximos das comunidades atendidas, reforçando a função social da comunicação no contexto da extensão universitária. Nesse sentido, a comunicação popular é entendida como um processo que “favorece a expressão de sujeitos historicamente silenciados e a construção de sentidos a partir de suas próprias vivências” (PERUZZO, 2006).

Logo, a participação ativa na comunicação do TECSOL também possibilitou o desenvolvimento de habilidades práticas em produção de conteúdo, gestão de redes sociais e análise de dados, fortalecendo a formação extensionista e o vínculo entre universidade e comunidade. Além disso, o contato com os empreendimentos solidários e suas narrativas permitiu um entendimento mais profundo sobre as potencialidades e fragilidades da comunicação nesse campo.

### 4. CONSIDERAÇÕES

A comunicação da economia solidária em ambientes digitais como o Instagram exige criatividade, sensibilidade e estratégia. A experiência com o perfil @tecsol.oficial mostra que, embora existam limitações impostas pela lógica da plataforma, é possível construir narrativas contra-hegemônicas que fortaleçam os princípios presentes em empreendimentos de economia solidária.

As análises realizadas indicam que o desafio não está apenas em “estar” nas redes, mas em como ocupar esses espaços de maneira crítica, buscando aproximação com o público sem diluir os valores centrais da proposta solidária. O uso de linguagens visuais acessíveis, a valorização das histórias dos empreendimentos e a presença ativa da equipe de comunicação têm se mostrado caminhos potentes para ampliar o alcance e a compreensão do tema.

Neste contexto, destaca-se que a extensão universitária, ao articular teoria e prática, oferece um espaço privilegiado para experimentações comunicacionais comprometidas com a transformação social. A atuação no TECSOL reforça o papel da universidade pública como mediadora de sentidos e construtora de alternativas possíveis frente às desigualdades produzidas pela lógica dominante.

Infere-se, portanto, que essa vivência também evidencia o quanto a comunicação, quando pensada de forma coletiva e crítica, pode se tornar uma ferramenta de fortalecimento político e educativo, tanto para os empreendimentos acompanhados quanto para os estudantes envolvidos. Participar desse processo comunicacional ampliou não apenas a compreensão sobre as dinâmicas da economia solidária, mas também o entendimento do próprio fazer comunicacional como prática transformadora.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GAIGER, L. I. Sentidos da economia solidária. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- MATTELART, A. História da sociedade da informação. São Paulo: Loyola, 2002.
- PERUZZO, C. M. K. Comunicação nos movimentos populares. São Paulo: Vozes, 2006.
- SILVEIRA, S. A. Plataformas digitais e novas mediações: o papel dos algoritmos na construção da realidade. *Revista E-Compós*, Brasília, v.23, n.1, p.1- 17, 2020.
- SINGER, P. Introdução à economia solidária. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.
- SOARES, I. O. Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação. São Paulo: Paulinas, 2011.
- PAULA APP de, CALBINO D, TOLEDO D, TARABAL F , MASCARENHAS L, BARRETO R. A (2011) Economia Solidária e a questão do Imaginário: em busca de novas perspectivas. *Organ. Soc.*, 18(57). Disponível em : [periodicos.ufba.br/index.php/revistaoes/article/view/11152](http://periodicos.ufba.br/index.php/revistaoes/article/view/11152)

## EDUCAÇÃO MIDIÁTICA COM ADOLESCENTES: POSSIBILIDADES E DESAFIOS NA ERA DIGITAL

JÚLIA RADMANN TOMM<sup>1</sup>; SÍLVIA MEIRELLES LEITE<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – juliaradmannomm@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – silvia.meirelles@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho integra o projeto de extensão “Educação Midiática e Audiência Jovem”, o qual tem como objetivo realizar oficinas presenciais que trabalhem ações de educação midiática junto à adolescentes e jovens, investindo na leitura crítica e reflexiva da circulação da informação em ambiente digital e no combate à desinformação. Nesta proposta, são realizados encontros com alunos de Ensino Médio e de Anos Finais do Ensino Fundamental, com atividades que buscam apresentar características do jornalismo e desenvolver habilidades para identificar notícias e desinformação nas plataformas de redes sociais.

Atualmente, vivencia-se um ecossistema comunicativo que é alimentado por informações a cada instante. A evolução tecnológica possibilitou que cada pessoa, seja criança, adolescente ou adulto, consiga acessar qualquer informação de qualquer lugar do mundo, o que pode facilitar diversas situações de organização social, mas também prejudicar, principalmente os grupos mais vulneráveis da sociedade. Com o avanço da tecnologia, o jornalismo precisou se reinventar para que a informação verdadeira continue chegando às pessoas. Porém, com o acesso facilitado à internet, qualquer pessoa pode publicar informações que parecem ser jornalísticas e que não são (POSETTI, 2019).

Nesse contexto, a desinformação cada dia ganha mais força. A hiperinformação favorece que a desinformação se disfarce e faz com que o algoritmo dissemine mentiras e informações distorcidas. Em uma pesquisa realizada pela TIC Domicílios 2024, somente 38% das pessoas costumam checar informações quando seu acesso é feito apenas por dispositivos móveis (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2025). Na pesquisa TIC Kids Online (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL, 2024), observa-se que 50% das crianças e adolescentes de 11 a 17 anos acreditam que o primeiro resultado que aparece em uma pesquisa da Internet é sempre a melhor fonte de informação. Desta forma, é possível perceber a inocência e a falta de capacidade de identificar como as mídias e a internet funcionam.

As atitudes contra a desinformação devem abranger a sociedade como um todo. Os adolescentes da atualidade já nasceram em um mundo tecnológico e repleto de informação, a maioria já está inserida em um ambiente onde desde muito cedo tem algum tipo de contato com as mídias sociais. Assim, é fundamental que na adolescência já tenham a competência de identificar o que é desinformação e o que é verdade, preparando-os para viver em uma sociedade de hiperinformação.

Neste cenário, é possível perceber que medidas devem ser tomadas para que jovens e adolescentes sejam cidadãos que tenham competência de leitura nas mídias, é neste momento que se destaca a importância da educação midiática. De acordo com o documento do governo federal que apresenta a Estratégia Brasileira de Educação Midiática: “A educação midiática deve ser entendida como uma necessidade para compreendermos a nossa relação com as mídias e como elas

possibilitam que sejamos cidadãos construtores de sentido e transformadores da nossa realidade" (SECOM, 2023, p 10).

## 2. METODOLOGIA

Este projeto busca que os participantes das oficinas adquiram maior letramento midiático em relação à desinformação e desenvolvam a capacidade de reconhecer como acessam e interagem com as informações na era digital. Para tanto, investe-se na pesquisa-ação, que, segundo Tripp (2005), é um processo contínuo que une ação e reflexão para aprimorar a prática, envolvendo todos de maneira colaborativa. Nesse método, o pesquisador participa ativamente da realidade que está estudando, passando por etapas de planejamento, execução, observação e reflexão, ajustando suas ações à medida que aprende.

Deste modo, são propostas atividades que provocam reflexão sobre desinformação. As atividades ocorreram na Escola Estadual de Ensino Médio Santa Rita (Pelotas/RS), com turmas do 6º ao 8º ano do Ensino Fundamental e com duas turmas do 3º ano do Ensino Médio. Ao todo, em torno de 150 alunos participaram das atividades realizadas no projeto. O trabalho das oficinas foi realizado em grupos contendo em média 25 alunos e foi organizado com base em sete etapas: 1) apresentação e análise de um áudio desinformativo com apelo emocional; 2) características da notícia; 3) dinâmica com jornal impresso e identificação dos elementos da notícia; 4) características e análise de conteúdos desinformativos; 5) consequências da desinformação; 6) inteligência artificial e identificação de conteúdos gerados por ela e 7) agências de checagem de fatos.

Nas oficinas realizadas na escola Santa Rita, as sete etapas foram sendo adaptadas no decorrer dos encontros. Ao serem identificadas carências no processo com os participantes, eram implementadas alterações na sequência das atividades e nos exemplos trabalhados, para a adaptação a este público.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Neste trabalho, durante as oficinas, como mencionado anteriormente foi percebida a necessidade de adaptação da estrutura desenvolvida em anos anteriores (LEITE et al, 2025). Na reorganização da proposta para a Escola Santa Rita, na primeira etapa adotou-se uma dinâmica em que é apresentado um áudio como exemplo de desinformação, amplamente compartilhado durante as enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul. O áudio tem um forte apelo emocional e não é possível identificar quem é o responsável pela informação. A dinâmica consiste em iniciar o encontro com um debate sobre se o áudio em questão é uma notícia e se seu conteúdo é verdadeiro. Nas etapas seguintes da oficina, explica-se por que esse áudio é um exemplo de desinformação. Dependendo da turma em que as oficinas eram realizadas, muitos acreditavam que o áudio em questão se tratava de um conteúdo verdadeiro, e que se tratava de uma notícia; ao perguntar onde tinham visto, a resposta dita com mais frequência era que teriam visto no TikTok.

Na segunda etapa, explica-se o que é uma notícia, como identificá-la e quais são seus critérios, estabelecendo uma ligação com a etapa anterior e orientando os jovens sobre como reconhecer uma informação confiável. Durante esta etapa, os alunos já começavam a entender que o áudio apresentado inicialmente não se tratava de uma notícia e, quando retomada a questão sobre o áudio, eles

conseguiam explicar os elementos que faltavam para ser uma notícia e o porquê dele não ser confiável.

Na terceira etapa, nos dois primeiros grupos trabalhou-se com uma notícia impressa pré-selecionada, numa sistemática em que todos os alunos recebiam a mesma notícia. A partir dos conhecimentos adquiridos com essa experiência inicial, propõe-se uma dinâmica com o jornal impresso, que já não é tão presente na vida dos adolescentes da atualidade. A escolha por mudar o formato — levando um jornal impresso no lugar de uma notícia previamente selecionada — surgiu a partir da observação de que o jornal impresso despertava maior interesse nos alunos, contribuindo em uma participação mais ativa nos debates. Nessa dinâmica, os participantes escolhem uma notícia de interesse no jornal recebido e identificam seus elementos, como título, autor, data, fontes e informação principal do texto. O objetivo é desenvolver a competência de reconhecer elementos que caracterizam uma notícia confiável. O interesse no jornal impresso foi percebido através das diferenças de reações dos alunos. Na notícia previamente selecionada, as respostas eram sempre as mesmas, deixando a dinâmica robótica. Já com o jornal impresso, além de as respostas serem diferentes, os jovens apresentaram um grande interesse em folhear o jornal, muitos deles inclusive queriam levar folhas para casa.

Na quarta etapa, apresentam-se as características da desinformação. Nessa parte da oficina, são exibidos conteúdos produzidos por inteligência artificial e vídeos de redes sociais que exemplificam a desinformação, explicando como identificá-la. Ainda nessa etapa, são apresentados os tipos de desinformação, conforme o Manual UNESCO: Jornalismo, Fake News e Desinformação (POSETTI, 2019).

A quinta etapa aborda as consequências da desinformação, com exemplos reais de acontecimentos causados por ela, além de estratégias para evitar cair em fake news, que são amplamente disseminadas na atualidade.

Na sexta etapa, realiza-se uma dinâmica sobre o avanço tecnológico da inteligência artificial, que atingiu um nível preocupante. Busca-se conscientizar sobre como conteúdos produzidos por essa tecnologia também merecem atenção, pois podem gerar desinformação. A atividade consiste em um quiz para identificar quais imagens ou vídeos foram produzidos por inteligência artificial, conscientizando os jovens sobre seu potencial impacto. Ao mostrar as imagens e vídeos produzidos por IA, apontamos algumas características e era aberto um espaço para que eles fizessem apontamentos também. Ao abrir este espaço, eles identificavam muitos pontos além dos já mencionados, inclusive alguns que não tinham sido percebidos por ninguém antes. Um exemplo é que foram apresentadas imagens do cavalo caramelo, que estava preso em um telhado nas enchentes do Rio Grande do Sul de 2024; uma imagem era produzida por inteligência artificial e a outra era a verdadeira. Muitos jovens apontavam a qualidade da imagem de IA, que era muito boa e definida, mas um apontamento muito interessante, que não havia sido citado por ninguém foi que, na imagem falsa, o cavalo está preso a uma corda que não tem fim na imagem. Diversos novos apontamentos surgiram conforme foram sendo mostradas imagens e vídeos, essa dinâmica teve uma recepção muito positiva com este público, fazendo com que a maioria dos alunos participasse.

Na sétima e última etapa, indica-se o trabalho das agências de checagem, que desempenham papel fundamental ao identificar e desmentir desinformações que circulam na internet. Explica-se o que são essas agências e apresentam-se exemplos como Lupa, Fato ou Fake, Aos Fatos e Comprova.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Em um cenário onde a sociedade é bombardeada de informações a todo momento, a educação midiática atua como uma ferramenta contra a desinformação, possibilitando que os jovens adquiram um letramento midiático qualificado. Com isso, podem identificar fontes de informações confiáveis e auxiliar no combate da desinformação.

Através dessas oficinas, é possível perceber a importância da educação midiática na era digital, tanto para os jovens que participam do projeto de extensão, quanto para os acadêmicos. Na vida dos jovens, impacta de diversas formas, principalmente iniciando desde cedo uma leitura crítica da mídia, entendendo como as informações chegam até eles e como os algoritmos funcionam, que é muito importante para serem adultos que possuem pensamento crítico e que não são facilmente enganados. Para um estudante de Jornalismo, fica evidente a relevância da profissão no mundo contemporâneo e também como práticas de projetos de extensão podem impactar a sociedade de maneira positiva. Além disso, ao realizar o trabalho de educação midiática, o estudante de jornalismo consegue perceber a importância que a profissão exerce na atualidade e como seus estudos impactam a sociedade, contribuindo para que seja um profissional mais consciente e ético.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2023*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2024. Disponível em: [https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20241104103339/tic\\_kids\\_online\\_2023\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20241104103339/tic_kids_online_2023_livro_eletronico.pdf). Acesso em: 20/11/2024.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros : TIC Domicílios 2024*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2025. Disponível em: [https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20250512120132/tic\\_domicilios\\_2024\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20250512120132/tic_domicilios_2024_livro_eletronico.pdf). Acesso em: 05/08/2025.

LEITE, S. M. et al. Reflexões sobre o projeto VeriFato: uma experiência de educação midiática na aproximação do jornalismo com a audiência jovem. *A Extensão vista de perto*, Porto Alegre, ano 19, n. 31, p. 1 - 83, jul. 2025. Disponível em: <<https://drive.proton.me/urls/DGM1YE0E8M#izIZYM78zKWM>>. Acesso em: 06 de agosto de 2025.

POSETTI, J. et al. *Jornalismo, Fake News &Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo*. 7. ed. [S.I.]: UNESCO, 2019. p. 7-128.

SECOM - SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. *Estratégia Brasileira de Educação Midiática*. 2023. Disponível em: [https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2023\\_secom-spdigestrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf](https://www.gov.br/secom/pt-br/arquivos/2023_secom-spdigestrategia-brasileira-de-educacao-midiatica.pdf). Acesso: 27/06/2024.

## REFLEXÕES SOBRE O BLOG PAPO DE GESTÃO: O QUE JÁ CONSEGUIMOS DE RESULTADOS E O QUE PODEMOS APRIMORAR?

**SOFIA MULLER MEIRELLES<sup>1</sup>; JOSUÉ FORMIGA REHLING<sup>2</sup>; MISAEL SARAIVA CARDOSO<sup>3</sup>; GUSTAVO ÁVILA DO AMARAL; FRANCIELLE MOLON DA SILVA**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas- UFPel - sofiameirelles4@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas- UFPel – josueformiga@gmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas - UFPel - misaelcimw@gmail.com

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas- UFPel - guamaral19@gmail.com

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas - UFPel - franmolon@yahoo.com.br

### 1. INTRODUÇÃO

A atividade de extensão universitária, ao lado da pesquisa e do ensino, representa uma das funções essenciais das universidades. Por meio dela, é possível ultrapassar seus muros, estabelecendo um diálogo claro com a sociedade, demonstrando e promovendo uma troca de saberes, a transformação social e o aprimoramento da formação do discente. Para os estudantes, a extensão representa a possibilidade do contato e ampliação dos seus conhecimentos teóricos, desenvolvendo as habilidades práticas, senso crítico e a responsabilidade de ser cidadão. Como confirma FREIRE (1992), a universidade deve manter um vínculo com a realidade social, estabelecendo um intercâmbio de conhecimentos que contribui para o desenvolvimento social e para a formação integral do estudante. além do compromisso das universidades públicas com as classes populares para que na participação ativa dela haja a democratização do conhecimento e da ciência.

As atividades extensionistas podem ser desenvolvidas por meio de diferentes formatos e metodologias, adequadas a seus objetivos e público alvo. Seguindo o Fórum de Pró- Reitores de Extensão das Universidades Públicas Brasileiras destacam-se os seis tipos de ações de extensão: programas, que tem caráter contínuo e articulam ensino, pesquisa e extensão, cursos e oficinas, além de prestação de serviços e eventos. Entre elas, há a produção e publicação técnica e acadêmica por meio de artigos, podcasts, vídeos e blog onde o presente estudo se insere e se comunica com a sociedade.

Blog “Papo de Gestão”, criado em março de 2023, pelo curso de Processos Gerenciais, com intuito de aplicar os conhecimentos adquiridos em sala de aula e revertê-los em prol da sociedade, especificamente para os futuros gestores. O projeto, prima pela troca de conhecimentos e experiências, entre professores coordenadores, alunos integrantes, dos cursos de Processos Gerenciais, Administração, Turismo, e Comércio Exterior, e nossos entrevistados, que nos brindam com suas experiências. O projeto, divulga suas entrevistas, artigos e os mais variados temas pertinentes à gestão, em seu site e página no Instagram.

Na intenção de compartilhar alguns dos resultados já apresentados pelo projeto é que se propõe o presente estudo. Dessa forma o objetivo é mapear os dados de acesso do site, com o propósito de identificar o que mais tem sido acessado e o que poderia ser aprimorado, para continuar contribuindo com a socialização de informações entre mercado de trabalho e universidade.

## 2. METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se em um formato de abordagem qualitativa, com o objetivo de compreender, refletir sobre os resultados obtidos e identificar possibilidades de aprimoramento no projeto de extensão “Papo de Gestão”. A pesquisa qualitativa, segundo MINAYO (2001), busca compreender os fenômenos a partir da perspectiva dos sujeitos envolvidos, valorizando a interpretação dos significados e contextos sociais.

A técnica de coleta de dados descritiva foi utilizada com base na análise dos relatórios que o próprio site apresenta. O site é hospedado pela plataforma WordPress e apresenta informações sobre o número de visualizações, visitantes únicos, páginas mais acessadas, origens do tráfego e distribuição geográfica dos acessos.

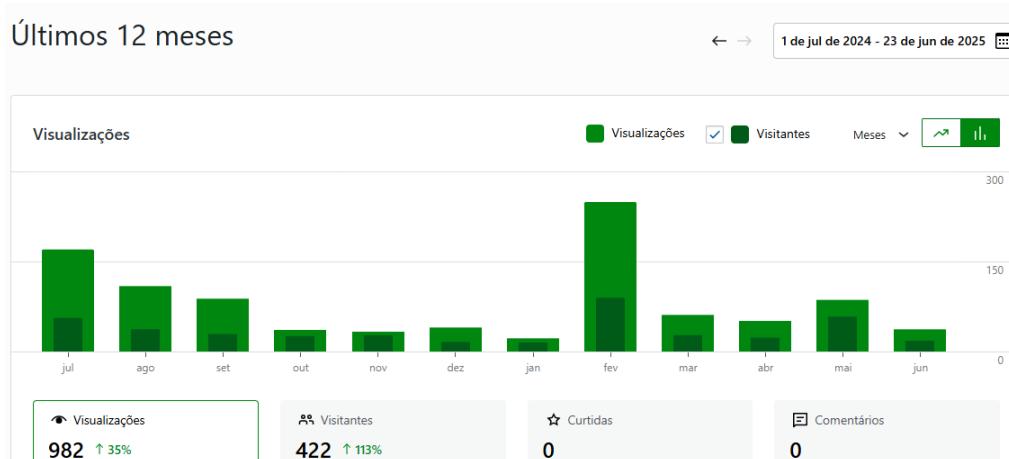
O blog “Papo de Gestão” é um objeto de estudo baseado em um projeto de extensão, que visa divulgar publicações relevantes e gratuitas para a comunidade acadêmica e público em geral. Fomentando a necessidade de se trazer o conhecimento teórico e prático à sociedade.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Com o intuito de compartilhar o desempenho da ação de extensão ao longo do tempo, realizou-se o levantamento e a análise das estatísticas do site oficial do projeto “Papo de Gestão”, por meio dos dados fornecidos pelo sistema livre WordPress. A análise compreende o período de julho de 2024 a junho de 2025, permitindo a observação do comportamento do público e o impacto gerado pelas publicações.

A seguir, na Figura 1, percebe-se que no intervalo analisado, o site registrou um total de 982 visualizações, distribuídas entre 422 visitantes únicos, representando um crescimento de 35% no número de acessos e de 113% no número de visitantes, se comparado ao período anterior. O mês de fevereiro destacou-se como o de maior audiência, superando a marca de 250 visualizações, seguido pelos meses de julho e maio, que também apresentaram aumento nos acessos.

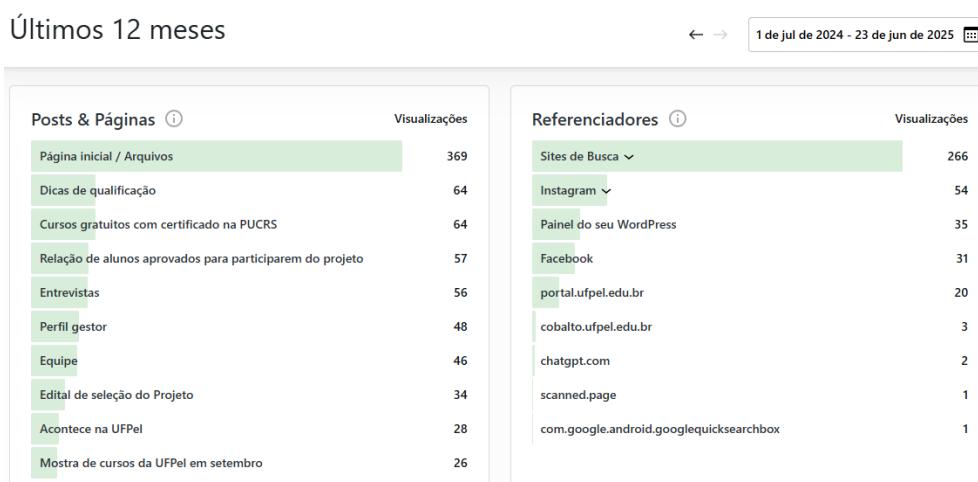
Figura 1 - Visualizações nos últimos 12 meses



Fonte: Wordpress (2025).

A Figura 2 demonstra os conteúdos mais procurados pelos visitantes. A página mais acessada foi a “Página Inicial/Arquivos”, com 369 visualizações, seguida pelos tópicos “Dicas de Qualificação” e “Cursos Gratuitos com Certificado na PUCRS”, ambos com 64 visualizações. Esses dados sugerem que os usuários têm interesse especial por conteúdos voltados à formação continuada e oportunidades de desenvolvimento profissional.

Figura 2 - Posts, páginas e referenciadores

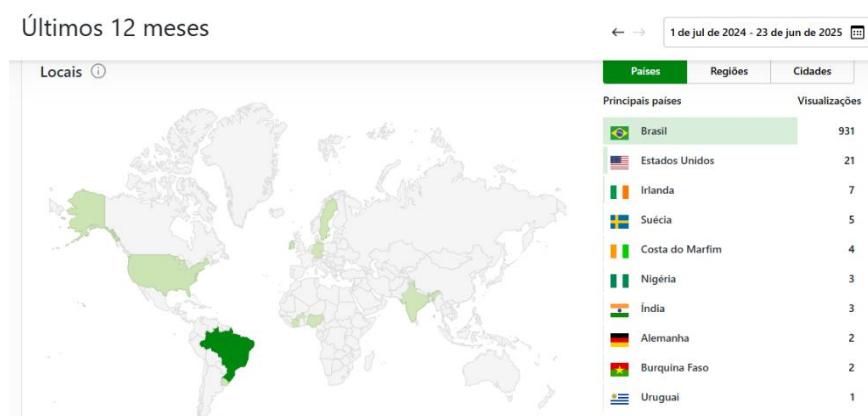


Fonte: Wordpress (2025).

Em relação às origens do tráfego, conforme indicado também na Figura 2, a maioria dos acessos se deu por mecanismos de busca, que geraram 266 visualizações, seguidos pelas redes sociais, com destaque para o Instagram (54 acessos) e o Facebook (31 acessos). Esses resultados evidenciam a eficácia da divulgação sem anúncios pagos e a importância de manter ativa a presença digital do projeto.

A distribuição geográfica dos acessos, apresentada na Figura 3, revela que a maior parte das visualizações ocorreu no Brasil, com 931 acessos, mas também houve visitas originadas de outros países, como Estados Unidos (21), Irlanda (7), Suécia (5) e Costa do Marfim (4). Essa abrangência internacional reforça o potencial do projeto em extrapolar fronteiras e alcançar públicos diversos.

Figura 3 - Países alcançados



Fonte: Wordpress (2025).

Os dados apresentados evidenciam que o projeto vem cumprindo seu papel extensionista, promovendo a disseminação de conhecimento e o fortalecimento do vínculo entre universidade e comunidade externa. Além disso, a participação dos estudantes na produção e divulgação de conteúdo contribui para sua formação acadêmica, desenvolvendo habilidades de comunicação, gestão de informação e responsabilidade social. A descrição dos dados também permite a identificação de melhorias e ajustes necessários para o aprimoramento contínuo da iniciativa.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Após o exposto anteriormente, sobre a importância dos projetos de extensão para a troca de saberes entre a universidade e a comunidade em geral, além de complementar a formação dos estudantes, cabe afirmar que o atual projeto vem cumprindo seu objetivo de compartilhar saberes da gestão por meio de seu site e Instagram.

O blog, aqui apresentado, alcançou um número considerável de indivíduos, ultrapassando a fronteira do Brasil e sendo visto em outros países como Estados Unidos e Irlanda.

Seria interessante a produção de conteúdo do projeto em inglês, dado que auxiliaria os alunos inseridos no projeto a se desenvolverem nesse idioma, além de alcançar mais pessoas de diferentes partes do mundo podendo trazer trocas interessantes.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EDISON, R; BORTOLINI, M.H.Z. **Política Nacional de Extensão Universitária.** Manaus, 2012.

MEDEIROS, L.B; SILVA, M.D.P. **A extensão em Paulo Freire e as exigências da atualidade nos setores populares.** Revista Educação Popular, Uberlândia. p. 43-64, 2021.

MINAYO, M.C.D.S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2001.

## II WORKSHOP DE NEONATOLOGIA EQUINA: ORGANIZAÇÃO, EXECUÇÃO E IMPACTOS DE UMA INICIATIVA EM EDUCAÇÃO CONTINUADA NA MEDICINA DE EQUINOS

GIOVANNA HELENA DA SILVA THIER<sup>1</sup>; CARLOS EDUARDO WAYNE NOGUEIRA<sup>2</sup>; ISADORA PAZ OLIVEIRA DOS SANTOS<sup>3</sup>; RAFAELA PINTO DE SOUZA<sup>4</sup>; TALITA VITÓRIA OLIVEIRA FABOSSA<sup>5</sup>; BRUNA DA ROSA CURCIO<sup>6</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ghsthier@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas - cewnogueira@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – isadorapazoliveirasantos@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – rafaelapsvet@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – talitafabossa@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas - curciobruna@hotmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Embora o Brasil possua muitos cursos de Medicina Veterinária em atividade, pesquisas indicam que a qualidade do ensino ainda apresenta deficiências significativas. Essa realidade evidencia a importância crescente de iniciativas em educação continuada, como cursos complementares e atividades extracurriculares, que contribuam para suprir lacunas na formação. (OLIVEIRA; SANTOS; MONDADORI, 2009).

A neonatologia equina é uma área fundamental da medicina veterinária, especialmente voltada para o cuidado intensivo dos potros nos primeiros dias de vida, período crítico para sua sobrevivência e desenvolvimento saudável. O manejo adequado do neonato equino exige conhecimento aprofundado, visto que falhas nesse período podem resultar em mortalidade elevada ou comprometimento a longo prazo (WILKINS, 2015). Tendo em vista a crescente demanda por educação continuada e a relevância da neonatologia equina, tema cada vez mais presente em congressos e fóruns nacionais e internacionais de medicina equina, seu estudo aprofundado é essencial para a formação de médicos veterinários que atuam ou desejam atuar com equinos (WONG, 2020). Dessa forma, o presente trabalho tem como objetivo relatar e avaliar a realização do II Workshop de Neonatologia Equina para a formação continuada de profissionais da medicina equina, com foco em neonatologia.

### 2. METODOLOGIA

O evento intitulado "II Workshop de Neonatologia Equina" teve como principal objetivo promover o aprofundamento técnico e científico na área, contribuindo para a formação de profissionais capacitados, atualização e discussão sobre temas relevantes da neonatologia equina, proporcionando um ambiente de troca de experiências entre profissionais, pesquisadores e estudantes da área. Realizado de forma presencial nos dias 26 e 27 de outubro de 2023, nas dependências da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, o evento contou com um total de nove palestrantes. O evento contou com sete palestrantes nacionais, provenientes de São Paulo, Brasília e Rio Grande do Sul. Além disso, participaram dois palestrantes internacionais, um da UC Davis (Universidade da Califórnia em Davis), nos Estados Unidos, e outro do Centro de Reabilitação e Hospital Equino Kawell, localizado em Buenos Aires, Argentina.

Os principais tópicos abordados incluíram a fisiologia do neonato equino e as principais enfermidades que podem acometê-lo, como a síndrome do mau ajustamento, a sepse neonatal e suas abordagens terapêuticas. Também foram discutidas técnicas diagnósticas, com destaque para o uso da ultrassonografia em neonatos. Além disso, a programação contemplou temas atuais e de grande relevância, como clonagem em equinos, obesidade em éguas gestantes e seus impactos no desenvolvimento do potro, disfunções oftálmicas e a abordagem da síndrome cólica em potros.

No início da organização do workshop, foi formada uma comissão organizadora coordenada pela Professora Bruna da Rosa Curcio e pelo Professor Carlos Eduardo Wayne Nogueira, com a colaboração de alunos de graduação e pós-graduação do curso de Medicina Veterinária, todos integrantes do grupo ClinEq (Grupo de Ensino, Pesquisa e Extensão em Clínica Médica de Equinos), cabendo à comissão a responsabilidade por todas as etapas de planejamento e execução do evento. Dessa forma, os professores ficaram encarregados do contato com os palestrantes e do relacionamento com empresas patrocinadoras. Os pós-graduandos assumiram diversas funções, como a comunicação com gráficas e fornecedores, contato com os inscritos do evento, logística de deslocamento dos palestrantes internacionais, bem como o cadastramento e distribuição de material para os participantes. Já os graduandos foram responsáveis pela produção e divulgação de material promocional online, confecção e disponibilização dos certificados, apoio às atividades dos pós-graduandos e distribuição dos questionários impressos aos participantes. As divulgações do evento iniciaram 6 meses antes da realização, através das redes sociais do ClinEq (Instagram e Facebook). As postagens contavam com um texto explicativo sobre o evento que convidava a participação, links para o formulário de inscrição, programação e mais informações sobre o evento.

Durante o último dia do evento, foi realizada a distribuição de um formulário impresso contendo um questionário de participação voluntária, exclusivamente para os ouvintes do evento. Todos os participantes foram devidamente informados quanto aos objetivos da pesquisa, bem como sobre o anonimato das informações fornecidas. A fim de facilitar a interpretação dos resultados, o questionário foi estruturado em duas seções distintas. A primeira teve como objetivo traçar o perfil do público respondente, com perguntas relacionadas à ocupação profissional. A segunda seção incluiu uma escala de avaliação de 0 a 10, aplicada a oito perguntas que abordaram diferentes aspectos da organização e do conteúdo do evento e sugestões para as próximas edições. As respostas obtidas foram organizadas em uma planilha do Excel® para avaliação da distribuição de frequência das avaliações.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Ao todo, 20 estudantes de graduação e pós-graduação, estiveram diretamente envolvidos na organização do evento. O processo de organização também constitui uma importante ferramenta de ensino-aprendizagem, permitindo desenvolver habilidades como gestão de tempo, trabalho em equipe, comunicação científica e resolução de problemas. A organização enfrentou desafios que exigiram planejamento, capacidade de adaptação e trabalho em equipe.

Outro desafio enfrentado durante o evento foi o momento do cadastramento dos participantes, devido ao grande número de inscritos (n=80). A mobilização rápida e eficiente de toda a equipe, garantiu que o processo ocorresse de forma

organizada e ágil, evitando atrasos na programação e proporcionando uma experiência positiva aos ouvintes. Além disso, demonstrou o comprometimento dos envolvidos e reforçou a importância do trabalho em equipe e da colaboração mútua para o sucesso do evento.

O questionário foi respondido por 74 pessoas. Dentre os participantes, 59,46% (n=44/74) eram estudantes de graduação em Medicina Veterinária, enquanto 40,54% (n=30/74) já eram profissionais formados. A maioria dos participantes (n=67/74) demonstrou ter a medicina equina como foco profissional. Em contrapartida, apenas 6,76% (n=5/74) afirmaram não ter a área de equinos ou neonatologia como foco de atuação ou interesse profissional. Esses dados evidenciam a relevância do evento para a educação continuada tanto de estudantes quanto de profissionais já inseridos no mercado, contribuindo para o aprimoramento técnico-científico e a consolidação da neonatologia equina como um campo em expansão dentro da medicina veterinária.

A avaliação dos participantes demonstrou que o II Workshop de Neonatologia Equina atendeu amplamente às expectativas do público, reforçando o reconhecimento do grupo ClinEq como referência na área. Do total, 89,19% (n=66/74) atribuíram notas entre 8 e 10 quanto ao cumprimento das expectativas, evidenciando o sucesso da iniciativa como instrumento de educação continuada. O evento foi fundamental para aprofundar o conhecimento dos participantes em temas específicos da neonatologia equina, uma área ainda em expansão na medicina veterinária. Apesar de já atuarem na área, muitos relataram pouca familiaridade com determinados tópicos abordados; 68,92% (n=51/74) avaliaram seu conhecimento prévio sobre estes assuntos entre 0 e 5. Após a participação, 59,46% (n=44/74) deram notas entre 7 e 10 para o conhecimento adquirido, evidenciando a efetividade do workshop na capacitação e atualização dos profissionais. Ademais, 100% (n=74/74) dos entrevistados atribuíram notas entre 8 e 10 à importância da neonatologia equina, reforçando a relevância do tema.

Conforme a avaliação dos participantes, a organização do evento foi altamente eficaz, refletindo diretamente na qualidade da experiência oferecida aos congressistas. Além disso, apesar do caráter predominantemente teórico do workshop, os palestrantes conseguiram integrar a teoria com a prática, aproximando os conteúdos apresentados da realidade cotidiana do médico veterinário em campo. Dos participantes, 83,78% (n=62/74) avaliaram a organização do evento com notas entre 8 e 10, demonstrando a eficiência da equipe organizadora.

Por fim, 93,24% (n=64/74) dos congressistas deram notas de 8 a 10 no quesito “O quanto recomenda o evento”, mostrando a qualidade do evento e o quanto proveitoso foi para os participantes, visto que poucos tinham conhecimento prévio do assunto e conseguiram adquirir após o evento. Além disso, no questionário tinha a possibilidade de sugestões e comentários de melhorias para um próximo evento, dentre as sugestões estavam temas de outras áreas da medicina equina, como: ortopedia, emergências clínicas e cirúrgicas, anestesiologia, fisioterapia, reprodução e comportamento, além da possibilidade de submissão de resumos para incentivar a participação científica.

Além do conteúdo técnico, o II Workshop de Neonatologia Equina proporcionou importantes oportunidades de networking, permitindo à equipe organizadora estreitar relações com profissionais de diferentes regiões e instituições.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Baseado nos relatos e avaliação dos questionários, concluímos que o evento cumpriu com seus objetivos de promover atualização técnica e científica na área de neonatologia equina.

Agradecimentos: Órgãos de fomentos CAPES e CNPq pela concessão de bolsas aos alunos de graduação e pós-graduação.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

OLIVEIRA FILHO, Benedito Dias de; SANTOS, Fernando Leandro dos; MONDADORI, Rafael Gianella. O ensino da medicina veterinária: realidade atual e perspectivas. 2009.

WILKINS, P. A. *Equine neonatology: an issue of veterinary clinics of North America: Equine Practice*. Saint Louis: Elsevier - Health Sciences Division, 2015.

WONG, D. M. Clinical insights: recent development in equine neonatology and foal medicine (2017–2019). *Equine Veterinary Journal*, v. 52, n. 1, p. 7–10, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1111/evj.13200>.

## PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO NO MUSEU DO DOCE DA UFPEL: MÉTRICAS E METAS

**ISABELLA AMARAL CAMPAGNOLLO<sup>1</sup>; GIOVANA SCHIAVON BARREIRA<sup>2</sup>;**  
**NORIS MARA PACHECO LEAL<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – bellaam.campagnollo@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – givn.sch@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – norismara@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo investigar e analisar as dinâmicas de comunicação desenvolvidas pelo Museu do Doce da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), especialmente no âmbito das redes sociais digitais e das chamadas mídias leves, entendidas como suportes acessíveis, dinâmicos e cotidianos de interação com o público. Parte-se da compreensão de que tais recursos, que configuram-se como práticas extensionistas, caracterizam instrumentos fundamentais para democratizar o acesso ao acervo museológico, ampliar a circulação de narrativas culturais e fortalecer a identidade visual da instituição junto à comunidade.

De acordo com TORRE (2015), a comunicação leve caracteriza-se por valorizar a simplificação e clareza da mensagem, sem que isso represente um empobrecimento conceitual. Ao contrário, trata-se de uma estratégia que possibilita que públicos com diferentes níveis de letramento e familiaridade com o universo museológico possam dialogar e compreender os conteúdos apresentados. Nesse sentido, a comunicação não apenas informa, mas aproxima o museu de seus múltiplos visitantes.

Complementarmente, SIMON (2010) argumenta que os ambientes participativos constituem um marco contemporâneo da museologia, ao permitirem que os sujeitos transcendam o papel de espectadores passivos e se tornem cociadores das narrativas, contribuindo com suas memórias, interpretações e experiências. Essa perspectiva está diretamente relacionada ao caráter comunitário dos museus universitários, que se estruturam como espaços de extensão, pesquisa e ensino, comprometidos em articular saber acadêmico e saber popular.

Dessa forma, a pesquisa justifica-se pela necessidade de compreender como as práticas comunicacionais do Museu do Doce, mediadas por plataformas digitais, podem reforçar sua missão de preservação do patrimônio doceiro pelotense e, ao mesmo tempo, promover maior engajamento social e inclusão cultural.

### 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada baseou-se em uma abordagem qualitativa e exploratória, fundamentada na análise de conteúdo das publicações do Museu do Doce nas redes sociais Instagram e Facebook. Para tanto, foi realizado o levantamento sistemático das postagens publicadas entre janeiro e julho de 2025, considerando não apenas o conteúdo textual e imagético, mas também os formatos utilizados (carrosséis, vídeos, stories e enquetes).

Paralelamente, foram coletados e organizados dados métricos referentes a alcance, impressões, interações e engajamento, com o intuito de mensurar a efetividade comunicacional e identificar padrões de maior impacto junto ao público. Esse processo envolveu a extração manual das informações disponibilizadas pelas próprias plataformas, posteriormente sistematizadas em planilhas comparativas.

Além disso, a proposta metodológica contemplou a elaboração de um calendário editorial experimental, que prevê aumento de 50% na frequência das postagens, passando de oito para doze publicações mensais. O calendário também orienta a continuidade da diversificação de formatos, com ênfase em vídeos de bastidores, conteúdos educativos sobre o patrimônio doceiro e estratégias participativas que convidem o público a interagir diretamente com a instituição. Essa etapa foi concebida como ação prospectiva, de caráter aplicado, visando potencializar o impacto social das redes enquanto ferramentas de extensão universitária.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Até o dia 31 de julho de 2025, os resultados obtidos evidenciam crescimento significativo das plataformas analisadas. O perfil no Instagram (@museudodoce) contabiliza 1.054 seguidores, com média de oito publicações mensais. Cada postagem apresentou alcance médio de 1.250 contas e taxa de engajamento de 11,2% (considerando curtidas, comentários e compartilhamentos) (MUSEU DO DOCE DA UFPEL, 2025a). Os stories semanais destacaram-se por maior interatividade, alcançando 1.800 impressões e gerando, em média, 65 respostas diretas a enquetes e stickers.

No Facebook, a página oficial registrou 821 curtidas, com alcance orgânico médio de 420 usuários por publicação e engajamento de 4,6% (reações, comentários e compartilhamentos) (MUSEU DO DOCE DA UFPEL, 2025b). Observou-se que os vídeos de bastidores tiveram média de 715 visualizações, enquanto os carrosséis obtiveram maior taxa de salvamento (6,3%), confirmando a relevância da diversificação de formatos.

Quando comparados ao mesmo período de 2024, os dados demonstram evolução positiva: crescimento de 12,4% no número de seguidores do Instagram e de 8,7% nas curtidas da página do Facebook. Os conteúdos educativos, especialmente aqueles voltados à tradição doceira de Pelotas, apresentaram engajamento médio de 9,5%, reforçando o interesse do público em narrativas que aliam informação histórica, memória social e interatividade.

No âmbito do impacto social, destaca-se a consolidação das redes sociais como espaço de mediação entre o museu e a comunidade, permitindo maior visibilidade de suas ações de pesquisa e extensão. Para os estudantes envolvidos na manutenção dos perfis, a experiência também representa oportunidade formativa, uma vez que articula competências técnicas em comunicação com os fundamentos teóricos da Museologia.

### 4. CONSIDERAÇÕES

Os resultados preliminares indicam que o aumento planejado para doze postagens mensais é uma estratégia pertinente para fortalecer a presença digital do Museu do Doce e consolidar sua marca institucional. Publicações mais

frequentes contribuem para a manutenção de vínculos regulares com o público, ampliam o potencial de memorização da identidade visual e favorecem a inclusão das narrativas museológicas nos algoritmos de maior visibilidade das plataformas.

Todavia, o incremento de frequência deve vir acompanhado de planejamento criterioso, testes contínuos de formatos e monitoramento sistemático das métricas de engajamento, de modo a garantir a efetividade da comunicação e a coerência com a missão museológica da instituição. Nesse sentido, espera-se que a estratégia comunicacional do Museu do Doce mantenha o equilíbrio entre inovação tecnológica e compromisso com a democratização cultural, reafirmando o papel social do museu universitário como espaço de diálogo, aprendizagem e valorização do patrimônio imaterial. Além disso, ressalta-se o compromisso do Museu do Doce com as atividades extensionistas, compreendidas como dimensões estruturantes de sua prática museológica. As estratégias de comunicação digital aqui analisadas não apenas aproximam o público do patrimônio doceiro, mas também concretizam a função social da extensão universitária, fortalecendo vínculos comunitários e contribuindo para a transformação cultural.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MUSEU DO DOCE DA UFPEL. Instagram: @museudodoce. Acessado em 15 ago..2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/museudodoce> (MUSEU DO DOCE DA UFPEL, 2025a)
- MUSEU DO DOCE DA UFPEL. Facebook: Museu do Doce da UFPEL. Acessado em 15 ago. 2025. Disponível em: <https://www.facebook.com/museudodoceufpel> (MUSEU DO DOCE DA UFPEL, 2025b)
- SIMON, N. The Participatory Museum. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.
- TORRE, M. de Ia. Comunicação em museus: mediação e narrativas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

## MAPA INTERATIVO DO PROJETO REDE TEA BRASIL: DIVULGAÇÃO DE NORMATIVAS SOBRE TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA NO PAÍS

LAURA POHL COSTA<sup>1</sup>; MYRELLA HOFFMANN LAP SCHIES<sup>2</sup>; CHRIS DE AZEVEDO RAMIL<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [laurapohl.nutri@gmail.com](mailto:laurapohl.nutri@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [myrella.lapschies@gmail.com](mailto:myrella.lapschies@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [chrisramil@gmail.com](mailto:chrisramil@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo relatar a importância da divulgação da pesquisa realizada pelo projeto *Redes e políticas públicas de atenção ao Transtorno do Espectro Autista: leis, políticas, cenário atual e desafios*, pertencente à Rede TEA Brasil – grupo de pesquisa multidisciplinar vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Nutrição e Alimentos (PPGNA) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), sob coordenação da Profa. Dra. Juliana dos Santos Vaz e coordenação adjunta da Dra. Kamila Castro (Rede TEA Brasil, 2025)<sup>1</sup>.

A Rede TEA Brasil tem como um dos principais objetivos a revisão das leis e políticas públicas relacionadas ao Transtorno do Espectro do Autismo - TEA no Brasil. Com isso, busca-se compreender o contexto atual e a complexidade do cuidado necessário por essa parcela da população. O cenário atual foi analisado por um panorama que considera a estrutura atual do SUS, suas limitações e os desafios para o aprimoramento da logística de atenção às pessoas com TEA.

Esta ação, a partir do levantamento de tais informações, resultou na criação de um mapa interativo para a divulgação das normativas existentes no país, cujo processo de coleta de dados e organização do conteúdo e criação da plataforma, junto ao site do projeto, serão apresentados neste texto.

A autora, bolsista DTI-C do CNPq no curso de Nutrição (UFPel), teve a função de revisar e coletar as leis vinculadas ao TEA no Brasil, juntamente com a equipe de assistência de pesquisa. A co-autora, acadêmica do curso de Design Gráfico (CA/UFPel) e bolsista de auxílio à difusão do conhecimento do projeto aqui abordado, foi responsável pelo desenvolvimento do mapa interativo no site *Rede TEA Brasil*<sup>2</sup> e pela divulgação do projeto através das *redes sociais*, sob a orientação da docente Profa. Dra. Chris Ramil (CA/UFPel).

Além da revisão das leis e políticas públicas, notou-se uma lacuna em relação ao acesso à informação, visto que os familiares e pessoas com TEA enfrentam dificuldades em conhecer os seus direitos e saber os serviços disponíveis para atendimento em sua região. Diante disto, o desenvolvimento do material em questão, no formato de um mapa interativo disponibilizado no site da Rede TEA Brasil, tem como objetivo suprir essa falha comunicacional, divulgando as principais normativas relacionadas ao TEA nos estados e no país.

<sup>1</sup> Este projeto conta com o vínculo do Departamento de Ciência e Tecnologia (DECIT) e à Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação do Complexo Econômico-Industrial da Saúde (SECTICS), além do financiamento pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Foi contemplado na Chamada 21/2023 de Estudos Transdisciplinares de Saúde Coletiva do Ministério da Saúde e teve início no primeiro semestre de 2024.

<sup>2</sup> Site: <https://wp.ufpel.edu.br/redeteabrasil/>. Perfil das redes sociais *Instagram* e *Facebook*: [@redeteabrasil](https://www.instagram.com/redeteabrasil/).

## 2. METODOLOGIA

A equipe de assistência de pesquisa foi responsável pela revisão sistemática das leis e políticas públicas federais e estaduais que tivessem relação com o TEA em todo o Brasil, etapa esta que ocorreu durante cerca de um ano. A busca foi realizada por meio de sites oficiais, como o Portal do Governo Federal, Portal do Senado, Portal do Tribunal de Justiça Federal e Portal de Legislações do Planalto, para contemplar as coletas a nível estadual e federal. Também foram consultados os sites das Assembleias Legislativas de todos os estados, além de sites não oficiais, como o *JusBrasil*. A filtragem aplicada contou com os termos “autismo”, “autistas” e “Transtorno do Espectro Autista”. A busca contemplou as normativas criadas até o mês de abril de 2024.

Após a coleta dessas informações, a equipe de comunicação foi responsável pela divulgação de forma clara e simples das normativas coletadas. Para isso, foram desenvolvidos 2 tipos de mapas, um estático e um interativo, ambos disponíveis no site do projeto *Rede TEA Brasil* desde janeiro de 2025, que é estruturado pelo *Wordpress* institucional da UFPel. Ambos os mapas foram planejados e organizados para que a informação chegue facilmente a todos os públicos e principalmente aos familiares e às pessoas com TEA.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

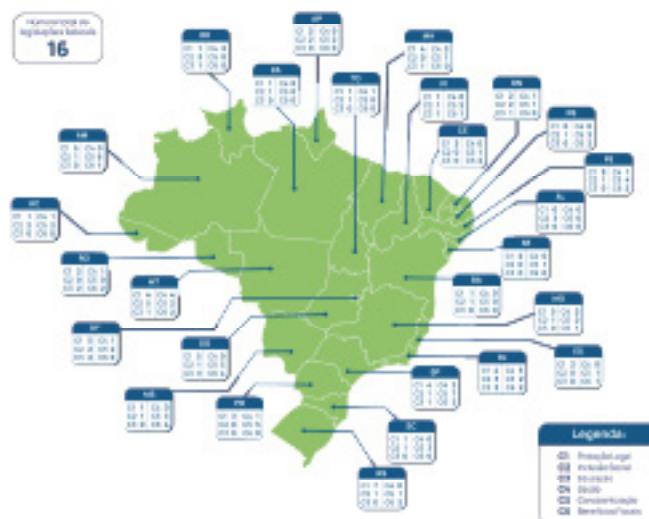
Na revisão sistemática foram encontradas 232 leis estaduais e 16 leis federais vigentes com relação ao TEA no Brasil. Com o objetivo de classificar as leis encontradas, foram estabelecidas seis categorias de leis: (I) Proteção legal; (II) Inclusão social; (III) Educação; (IV) Saúde; (V) Conscientização e (VI) Benefícios fiscais.

A primeira categoria inclui legislações que asseguram os direitos das pessoas com TEA, promovendo sua proteção jurídica, contando com 75 leis estaduais e 8 leis federais. A segunda categoria, que inclui 35 leis estaduais e 1 lei federal, reúne leis que incentivam a inclusão e acessibilidade das pessoas com TEA em diferentes espaços e contextos. Com 16 leis estaduais e 2 legislações federais, a terceira categoria, de educação, abrange normas sobre educação especial e capacitação de profissionais da educação e da saúde, promovendo um ensino mais inclusivo e qualificado. A quarta categoria é composta por 24 leis estaduais e 2 leis federais e contempla legislações voltadas ao diagnóstico precoce, atendimento clínico e a ampliação dos serviços de saúde para pessoas com TEA. A categoria de conscientização apresenta 53 leis estaduais e 2 leis federais, a qual reúne leis que têm como foco promover a conscientização da sociedade sobre o TEA e suas particularidades. A última e sexta categoria possui 29 legislações estaduais e 1 lei federal, com normativas que concedem benefícios fiscais às pessoas com TEA e suas famílias (*Rede TEA Brasil, 2025*).

Com esses dados agrupados por conjuntos de acordo com sua especificidade, foi desenvolvido inicialmente um mapa estático (Figura 1)<sup>3</sup>. Para cada estado um quadro foi elaborado para estabelecer a quantidade de leis existentes no local através da divisão pelas categorias supracitadas, a fim de obter uma visualidade mais simplificada das informações.

<sup>3</sup> Este mapa está presente no artigo publicado pelas integrantes do projeto, intitulado *Do marco legal à ação efetiva: reflexões acerca do cuidado às pessoas com Transtorno do Espectro Autista no Sistema Único de Saúde*, e também se encontra disponível no site da *Rede TEA Brasil*.

Figura 1 - Mapa estático de leis estaduais relacionadas ao TEA no Brasil.



Fonte: Print de tela do site da Rede Tea Brasil - mapa estático (2025).

No caso do mapa interativo de leis (Figura 2), este está presente exclusivamente no site Rede TEA Brasil, com o intuito de facilitar o acesso de familiares e de pessoas com TEA, já que o contato com a informação ocorre de forma mais direta. O mapa permite que a pessoa clique apenas no estado de seu interesse e visualize os blocos com a quantidade de leis existentes em cada categoria. Ao selecionar qualquer bloco do lado direito do mapa, o site redireciona para uma nova página com uma tabela na qual se apresenta todas as legislações coletadas daquele estado, com a especificação das categorias.

Além da visualização das leis por estado, também é possível realizar essa visualização por meio das categorias, sendo que cada uma delas possui uma página exclusiva e apresenta a tabela com as leis por cada estado, assim como a sua descrição objetiva.

Figura 2 - Mapa interativo de leis relacionadas ao TEA no Brasil.



Fonte: Print de tela do site da Rede Tea Brasil - mapa interativo (2025).

A publicação do mapa interativo em um site público contribui com a disseminação de informações, que não são disponibilizadas por órgãos públicos de forma agrupada, seja por estados ou por categorias, da maneira como o projeto estabeleceu. Esse recurso permite que as famílias possam conferir seus direitos legais no país de forma facilitada e mais acessível.

A partir da publicação do mapa interativo, conforme mostra a Figura 3, do mês de fevereiro até agosto de 2025, o site da *Rede TEA Brasil* recebeu aproximadamente 500 visitantes e teve mais de mil visualizações.

Figura 3 - Insights de visualizações e visitantes do site da *Rede TEA Brasil*.



Fonte: Print de tela do Jetpack, plugin disponível no site da *Rede TEA Brasil* - dados coletados em agosto de 2025.

Sendo assim, esses dados mostram a importância do tema e a urgência de se disseminar as informações necessárias ao público relacionado ao TEA, buscando-se facilitar o acesso à este tipo de comunicação, que envolve leis e políticas públicas, disponibilizada virtualmente e gratuitamente a todos.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Considera-se que o desenvolvimento de um mapa interativo influencia no aumento do interesse das pessoas para acessarem o conteúdo, já que uma publicação científica pode parecer, para muitos, algo visto como burocrático e de difícil compreensão. Ao descomplicar as informações, visando contemplar todos os públicos possíveis, foi gerada uma grande contribuição informacional para a população em geral, mas em específico para familiares e pessoas com TEA no Brasil, que necessitam conhecer as leis e políticas públicas que lhes dão suporte e amparo em diversos quesitos, em busca de uma qualidade de vida melhor.

#### 5. REFERÊNCIAS

Rede TEA Brasil. **Apresentação**. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/redeteabrasil/apresentacao>. Acesso em: 31 jul. 2025.

Rede TEA Brasil. **Mapa Interativo de leis sobre TEA no Brasil**. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/redeteabrasil/mapa-rede-tea-brasil/>. Acesso em: 04 ago. 2025.

## FEDERAL EM CAMPO E A EXPERIÊNCIA NO JORNALISMO

GUSTAVO OLIVEIRA<sup>1</sup>; RICARDO FIEGENBAUM<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [gustavov.oliveira@hotmail.com](mailto:gustavov.oliveira@hotmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [ricardozifi@gmail.com](mailto:ricardozifi@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O Federal em Campo é um projeto de extensão do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. O projeto tem como iniciativa compartilhar, para a comunidade em geral, atividades e eventos esportivos da região, com foco em questões de raça, gênero e etnia. O trabalho em si consistiu na realização e supervisão das pautas de esporte do programa Radar de Notícias para a Rádio Federal FM, no controle e na reativação das redes sociais e do site do projeto e na participação no programa Federal Esportiva.

E este resumo apoia-se na visão de diferentes autores para definir o jornalismo. Para TRAQUINA (2004), o jornalismo pode ser explicado pela frase que responde à pergunta que muitas pessoas fazem todos os dias: o que aconteceu ou o que está acontecendo no mundo? O autor também entende o jornalismo como uma “construção social”, resultado de interações entre diversos agentes que mobilizam as notícias como um recurso social em prol de suas estratégias de comunicação.

No campo do jornalismo especializado, Traquina reconhece que a especialização surge como estratégia para conferir credibilidade e relevância à prática jornalística em áreas específicas, fortalecendo a identidade profissional do jornalista.

No Brasil, PAULO VINÍCIUS COELHO (2003) enxerga o jornalismo esportivo como um ramo tão digno quanto qualquer outra especialização, capaz de transmitir informações com a mesma qualidade e profundidade editorial. O autor defende ainda que, diante da percepção de parte do público que considera o jornalista esportivo como um simples “palpiteiro”, é fundamental elevar o nível profissional da cobertura esportiva.

O Jornalismo Esportivo vai muito além da cobertura de jogos e resultados, pois é atravessado por uma multiplicidade de temas que refletem e dialogam diretamente com a sociedade. Ao abordar temas como raça, gênero e etnia, o jornalismo esportivo acaba abrindo espaço para debates sobre inclusão e representatividade no esporte. Pautas ligadas à medicina esportiva podem destacar questões psicológicas dos atletas e do bem-estar da população; na economia, evidenciam o poder do esporte na movimentação de indústrias e empregos. No fim, o jornalismo esportivo tem o poder de dar voz para essas pautas, evidenciando como o esporte é um campo fértil para o enriquecimento social.

### 2. METODOLOGIA

A realização do trabalho foi constituída por diferentes frentes: um programa de rádio gravado, um programa de rádio ao vivo e a gestão das redes sociais do projeto. Em um primeiro momento, foi realizada uma reunião com o intuito de definir a proposta central, que consistiria na elaboração de um programa jornalístico de rádio, transmitido diariamente e com ênfase em notícias da região,

veiculado pela Rádio Federal FM. O programa, intitulado Radar de Notícias, integra o projeto RádioJor do qual Federal em Campo é colaborador

A decisão foi consolidada e, a partir dela, estruturou-se o programa com a seguinte configuração: três notícias locais do município; uma notícia regional — envolvendo outras cidades, mas que repercutisse também na população de Pelotas —; uma notícia referente à Universidade Federal de Pelotas; além de uma seleção de notícias culturais e esportivas relacionadas ao contexto local. Além de participar como co-editor deste programa, a pauta esportiva foi assumida como parte das ações do projeto.

No âmbito do projeto Federal em Campo, outras ações foram desenvolvidas. O projeto, que já dispunha de site, perfil no Instagram e conta no TikTok, encontrava-se paralisado por determinado período. Diante dessa situação, realizou-se uma reunião que teve como objetivo redefinir seus rumos. A proposta central passou a ser a transformação do Federal em Campo em uma rede colaborativa de compartilhamento, destinada aos estudantes de jornalismo. Dessa forma, qualquer estudante que produzisse uma notícia, crônica ou projeto multimidiático relacionado ao esporte poderia publicá-lo na plataforma, contribuindo para o fortalecimento do projeto, para divulgação da produção dos estudantes e como horas complementares. As redes sociais do projeto passaram a ter como função a difusão do conteúdo publicado no site.

Além dessas ações, o projeto Federal em Campo contempla também um programa ao vivo transmitido pela Rádio Federal FM, no qual é promovido um debate sobre o esporte local. O programa tem duração de 30 minutos, sendo os primeiros 15 minutos destinados ao esporte municipal e os últimos 15 minutos dedicados, sobretudo, à análise da dupla Gre-Nal. A transmissão ocorre às segundas e sextas-feiras, sempre às 18 horas, diretamente da sede da Rádio Federal FM.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O programa Radar de Notícias foi supervisionado pelos bolsistas vinculados ao RadioJor e ao Federal em Campo. Inicialmente, após algumas reuniões, estabeleceu-se como objetivo a participação de estudantes voluntários e matriculados nas disciplinas de Práticas Laboratorias do curso, a fim de ampliar sua experiência na redação de conteúdos voltados para o rádio. A função dos voluntários consistia em buscar notícias, redigi-las em formato adequado para a linguagem radiofônica e encaminhá-las aos bolsistas responsáveis. Estes, por sua vez, ficavam encarregados de organizar a lauda, realizar a edição e gravar o material, posteriormente encaminhado à emissora para transmissão diária, às 17h50.

O site do Federal em Campo conta com diversas editorias que ainda não haviam sido exploradas. Com isso, o objetivo principal foi ampliar e diversificar o conteúdo disponibilizado. Uma das primeiras ações consistiu em entrar em contato com os alunos do curso, a fim de verificar quem teria interesse em compartilhar seus trabalhos no site do projeto. Dessa forma, foram adicionadas crônicas, além de podcasts e reportagens, incluindo também a publicação de um texto explicativo sobre uma lei esportiva. Assim, o site tornou-se mais diversificado, abrangendo diferentes formatos e temáticas.

Todas as publicações realizadas eram igualmente compartilhadas por meio do Instagram, possibilitando que os próprios alunos responsáveis pela redação

dos conteúdos pudessem divulgar seus trabalhos junto à comunidade acadêmica e externa.

No que se refere ao programa desenvolvido na sede da Rádio Federal FM, uma das experiências mais significativas proporcionadas aos estudantes é justamente a participação em uma transmissão ao vivo. Todos os alunos envolvidos têm a oportunidade de vivenciar, de maneira prática, a dinâmica de um programa ininterrupto, o que contribui para sua formação ao prepará-los para agir de forma adequada diante do microfone. Além disso, essa experiência reforça a importância do cumprimento de horários, considerando que o programa busca sempre iniciar pontualmente às 18 horas.

O Radar de Notícias segue com a proposta de informar o cidadão pelotense por meio de notícias locais e regionais, buscando, assim, o total envolvimento dos alunos da universidade. O programa ao vivo do Federal em Campo é realizado tanto por alunos já formados quanto por estudantes do primeiro semestre. O objetivo é dar continuidade à sua execução, ampliando a participação de alunos interessados em jornalismo esportivo e fortalecendo o debate promovido todas as segundas e sextas-feiras acerca do esporte local e estadual.

As redes sociais do Federal em Campo continuarão a desempenhar o papel de rede de compartilhamento dos conteúdos produzidos pelos alunos, ao mesmo tempo em que buscarão diversificar o material midiático envolvido no projeto. Um dos pontos relevantes a ser considerado para o futuro é o incremento da produção de mídias audiovisuais, especialmente voltadas para a rede social TikTok, plataforma que se mostra de grande relevância na atualidade em função do processo de midiatização contemporâneo.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto conta com uma variedade enorme de possibilidades. Desde o início, foi dada uma grande liberdade para experimentar e deixar aflorar as ideias, o que se mostra um grande acerto. No fim, a experiência se torna importante em diversos âmbitos, tanto técnicos quanto sociais. Uma das mais relevantes foi a utilização da lauda — algo não tão explorado durante o curso, mas que, por conta do programa Radar de Notícias, passou a se fazer presente diariamente.

Outra questão técnica que se destacou foi o exercício de maior autoridade dentro de uma atividade do curso, como lidar com os prazos de entrega dos programas e com a cobrança. Apesar de não obrigatória em cima dos voluntários, ainda assim era necessário lembrar que o projeto está presente diariamente e que toda ajuda é bem-vinda. Além disso, coloca a produção dos estudantes diante de um público real, formado pela comunidade local, contribuindo, assim, para consolidar uma prática profissional de jornalismo comprometida com o interesse público local.

Nessa mesma linha, soma-se o esforço em buscar e produzir conteúdo para o site, além de se inteirar com professores sobre as atividades de seus alunos, questionando se gostariam de integrar o projeto e disponibilizar seus trabalhos.

No programa ao vivo, a experiência é marcada muito mais pela vivência dentro de uma rádio: pelo conhecimento de novas pessoas e pela forma de agir diante de um debate. Saber o que falar, como se portar diante de um público e ter consciência de que estar ao vivo aumenta a responsabilidade foram aprendizados fundamentais.

Para concluir, o potencial do projeto é gigante. Trata-se de uma iniciativa interessante e única dentro do curso. Uma parte importante dos estudantes que ingressam em Jornalismo busca o caminho dos esportes, e, por isso, seria natural supor que o projeto despertasse ampla procura. No entanto, não é o que ocorre. Observa-se uma falta de engajamento por parte dos alunos, o que gera dificuldades em produzir e sustentar o projeto de forma solitária. Com voluntários, cada participante poderia explorar a área em que tem mais interesse e conhecimento, colaborando de maneira conjunta.

Assim, uma maior divulgação e um entendimento mais claro sobre o que o projeto pode se tornar dentro da faculdade podem auxiliar no recrutamento de estudantes — especialmente dos recém-chegados, que demonstram grande entusiasmo em produzir desde o início de sua trajetória acadêmica.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COELHO, P.V.C. *Jornalismo esportivo*. São Paulo: Contexto, 2003.

TRAQUINA, N.T. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2004.

SILVEIRA, N.E.S. *Jornalismo esportivo: conceitos e práticas*. 2009. Monografia (Bacharelado em Jornalismo) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

## GESTÃO DE PESSOAS: CONHECENDO UM POCO MAIS SOBRE O TEMA A PARTIR DE UMA AÇÃO DE EXTENSÃO

LUCIA CARINA DE FREITAS<sup>1</sup>; ANA CLAUDIA ROSSAL CARDOSO<sup>2</sup>;  
FRANCIELLE MOLON DA SILVA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – carinaffreitas656@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – rossalana68@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – franmolon@yahoo.com.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A Gestão de Pessoas é “um conjunto integrado de práticas, políticas e processos que buscam atrair, reter, desenvolver e motivar pessoas para que contribuam de forma eficaz para os objetivos organizacionais”. (BITENCOURT, 2014). A gestão de pessoas tem o papel de compreender como cada indivíduo pode desenvolver suas habilidades e capacidades dentro da organização.

Esse papel é central e essencial para o sucesso das organizações e para o desenvolvimento da sociedade. Trata-se de gerir talentos, incentivar pessoas, fortalecer a cultura organizacional e alcançar resultados sustentáveis.

Compreender a gestão de pessoas é fundamental, pois permite alinhar o capital humano as estratégias organizacionais, promovendo um ambiente produtivo, motivador e voltados para resultados. Gerir pessoas vai além de delegar funções, é compreender as limitações, comportamentos, competências, talentos, perfil de liderança e demais atributos. Assim, é importante conhecer alguns temas que envolvem Gestão de Pessoas para toda e qualquer pessoa que ocupe cargos de gestão.

Considerando essas discussões, entendeu-se como importante compartilhar com a comunidade em geral alguns temas referentes a essa atuação. Nesse sentido, dentro do Projeto Unificado, com ênfase em pesquisa, intitulado “Gestão de Pessoas: uma investigação das principais práticas adotadas pelas organizações do Sul do Estado do Rio Grande do Sul”, se propôs a ação de extensão denominada “Práticas de Gestão de Pessoas” com a intenção de realizar compartilhamento de práticas de gestão de pessoas possíveis de serem implementadas; campo de diálogo entre Academia e empresas no que tange a Gestão de Pessoas.

A partir dessa iniciativa, criou-se a página no Instagram (@projeto\_gp) para compartilhar materiais sobre práticas de Gestão de Pessoas; divulgar ações de pesquisa no campo de Gestão de Pessoas; dialogar com empresas sobre práticas de Gestão de Pessoas; captar possíveis empresas que possam trazer informações sobre práticas de Gestão de Pessoas; abrir um campo de diálogo entre Academia e Empresas sobre práticas de Gestão de Pessoas. Essa ação teve início em 30/08/2022, foi encerrada em 31/12/2023 e retomada em 15/04/2025 e segue até o presente momento.

O objetivo desse estudo é, portanto, apresentar os elementos que compõem essa ação de extensão, que está vigente, e apontar as contribuições percebidas pelas alunas que integram a ação e se envolvem com a elaboração e divulgação dos materiais. Apresentando, dessa forma como as ações extensionistas podem contribuir com a construção e compartilhamento de conhecimentos produzidos na Universidade com a comunidade e ainda promover espaços de desenvolvimento e



formação pessoal e profissional aos envolvidos, direta e indiretamente com a realização do projeto.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a realização desse estudo parte da abordagem qualitativa e descritiva, tendo como instrumento de coleta de dados a análise documental da ação de extensão vinculada ao projeto unificado destacado anteriormente na introdução e o relato de experiência de duas alunas envolvidas. Essa ação é feita através de coletas de materiais eletrônicos selecionados e com referenciais teóricos relentes para abordagem de cada tema selecionado. Esses materiais são coletados e separados por tópicos e encaminhados para a professora orientadora para a avaliação do mesmo. Após serem avaliados são feitos cards para distribuição e postagem na rede social (Instagram).

Para a análise da ação do projeto, foi identificado e será relatada a descrição do mesmo, público-alvo e quantidade de membros que compõem a equipe. E, para o relato de experiência, será descrito como a experiência de participação na ação foi vivenciada, o que as alunas conseguiram observar com a experiência, quais os principais resultados percebidos pelas alunas frente as atividades, quais as lições aprendidas e a visão da contribuição para a sociedade.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Para iniciar a apresentação dos relatos e impactos gerados, apresenta-se a seguir os elementos que compõem a ação de extensão em que participam as autoras do presente estudo. As informações a seguir são monitoradas através do painel de **insights** da página do projeto no Instagram, conforme ilustrado na Figura 1. Percebe-se que o número de seguidores cresce gradualmente, os seguidores encontram a página através de indicação de alunos e divulgação dos envolvidos no projeto. A página se mantém com tráfego orgânico ou seja, através do engajamento natural, compartilhamentos, menções e conteúdos relevantes. E ainda é possível observar que os dados do perfil @projeto-gp revelam características relevantes sobre o público alcançado.

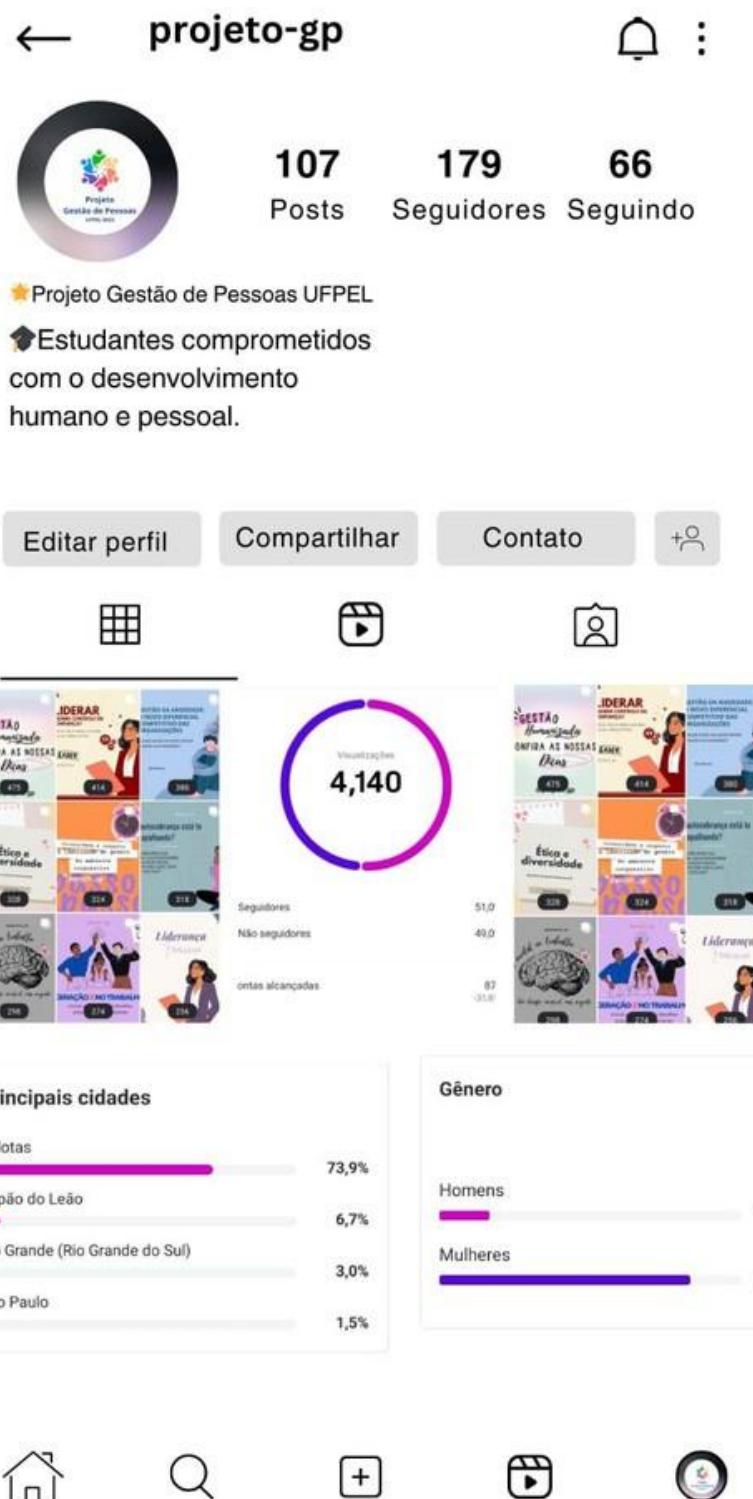
A maioria das interações provém de seguidores (51%), com uma proporção significativa também de não seguidores (49%), o que indica um alcance além da base já consolidada. Em relação à localização, 73,9% do público está concentrado em Pelotas, seguido por Capão do Leão (6,7%) e Rio Grande (3,0%), demonstrando forte presença regional, com baixa dispersão geográfica. Quanto ao gênero, observa-se predominância feminina expressiva (83,2%) em comparação aos homens (16,8%), sugerindo maior interesse do público feminino pelos conteúdos sobre gestão de pessoa. O número total de visualização registrado foi de 4.140, com 87 contas alcançadas, embora com uma variação negativa recente (-31,6%). Esse cenário reforça a necessidade de planejar ações para aumentar o alcance e manter a atratividade do conteúdo, considerando formatos dinâmicos e maior interação com os usuários.

No contexto da gestão de pessoas, compreender esses indicadores é essencial pois permite alinhar práticas de comunicação, engajamento e relacionamento às características do público-alvo. Dessa forma, a análise dessas métricas contribui para estratégias mais eficazes de disseminação de

conhecimento, promoção do desenvolvimento humano e presença digital do projeto.

fortalecimento da

Figura 1: Painel de *Insights* da Página do Projeto No Instagram



Fonte: dados da página no Instagram, 2025

Ainda é importante sinalizar que as alunas envolvidas e autoras desse trabalho, além de obterem interesse na área de gestão de pessoas, acreditam que

o projeto possa alcançar uma visibilidade ainda maior: De acordo com as alunas a intenção delas é expandir o projeto é uma ideia que queremos tornar realidade, acreditamos que podemos ajudar a orientar as pessoas, o projeto vai além de elaborar materiais, tudo ali é pensado em como ajudar a sanar dúvidas que muitas vezes também já foram nossas.

As alunas pontuam ainda que querem levar o projeto além, ampliando as discussões sobre saúde mental, leis trabalhistas, inclusão e outros temas que já estão em pauta. A ideia é informar de forma assertiva os seguidores, elevando o projeto para níveis maiores de alcance. Encontro presenciais ou rodas de conversas com micro e pequenas empresas em fase de consolidação no mercado, podem ser um bom *networking* que eleve o projeto a crescer no meio digital.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do projeto destacou-se a importância da gestão de pessoas no meio digital, disseminar conhecimento acessível e relevante. Ao longo do projeto, foi possível observar que as redes sociais se configuraram como um canal dinâmico e eficaz para compartilhamento de informações, favorecendo a interação e o aprendizado contínuo. Através das publicações, o objetivo é não apenas informar, mas também engajar o público na construção de ambientes de trabalho mais humanizados, produtivos e alinhados às tendências do mercado.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BITTENCOURT, Claudia Cristina. **Gestão contemporânea de pessoas**: novas práticas, conceitos tradicionais. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. Online. Disponível em:[https://books.google.com/books/about/Gest%C3%A3o\\_contempor%C3%A2nea\\_de\\_pessoas\\_Novas.html?id=rfGUQQAACAAJ](https://books.google.com/books/about/Gest%C3%A3o_contempor%C3%A2nea_de_pessoas_Novas.html?id=rfGUQQAACAAJ). Acessado em: 17 ago. 2025.

PROJETO\_GP. Instagram, 15 de agosto. Disponível em: [https://www.instagram.com/projeto\\_gp/](https://www.instagram.com/projeto_gp/) Acessado em: 14 de ago. 2025

## EDUCANDO CONTRA A DESINFORMAÇÃO

**PEDRO MOREIRA<sup>1</sup>; GUSTAVO OLIVEIRA<sup>2</sup>; JÚLIO GEMIAKI<sup>3</sup>  
SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [pedrovargasmoreira707@gmail.com](mailto:pedrovargasmoreira707@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [gustavov.oliveira@hotmail.com](mailto:gustavov.oliveira@hotmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [julio.gemiasi@gmail.com](mailto:julio.gemiasi@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [silviameirelles@gmail.com](mailto:silviameirelles@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Educando Contra a Desinformação foi um projeto aplicado na turma do nono ano do ensino fundamental da Escola Visão, em Pelotas-RS, como trabalho final da disciplina de Educomunicação do bacharelado em Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas. A proposta inicial foi a de preparar material educativo a fim de conscientizar sobre a desinformação e como ela está presente no cenário informacional atual, dividindo conteúdos em três aulas (notícia, desinformação e inteligência artificial, com proposta da realização de um trabalho final.

Para FALLIS (2011), a desinformação não necessariamente se apoia na falsidade de algum conteúdo, mas sim na criação de perspectivas falsas acerca de seu objeto-alvo. Somado a essa noção, WARDLE; DERAKSHAM (2017), apontam que o cenário informacional atual se encontra em um momento de caos. Os autores acreditam que, por causa desta fase caótica, existe uma certa poluição informacional, que acaba criando um ecossistema propício à produção de narrativas desinformativas de diversas características.

Portanto, urge a necessidade de combater a desinformação para restaurar, em alguma proporção, a clareza no cenário informacional. Sob esse viés, a proposta da educomunicação como uma forma de conscientização foi utilizada no presente trabalho. Segundo SOARES (2000), educomunicação é uma área de pesquisa que engloba dois campos em um só, a educação e a comunicação. No entanto, o conceito faz sentido por si mesmo, tendo como objetivo discutir conceitos educacionais e comunicacionais de forma simultânea, se valendo das interações entre as duas esferas. (SOARES, 2000)

### 2. METODOLOGIA

A atividade foi realizada a partir da metodologia de pesquisa-ação (TRIPP, 2005), que tem como princípio básico a utilização de técnicas da pesquisa acadêmica para nortear e melhorar a execução prática do trabalho. Fundamentada no método, foi realizada uma tabela com o plano de ensino — apresentando a estrutura das aulas e o tema abordado em cada encontro.

**Tabela 1: Plano de ensino**

Plano de Ensino	Encontro 1	Encontro 2	Encontro 3	Encontro 4
Apresentação de slides - 10 minutos	O que é Notícia	O que é Desinformação	Inteligência Artificial	Apresentação de modelo de card



<b>Debate - 5 minutos</b>	Os alunos consomem notícias? Por onde?	Como a desinformação impacta a vida das pessoas	Evolução da IA - usos e aplicações	Definir os tópicos e grupos
<b>Atividade - 30 minutos</b>	Contato com jornal físico - pesquisar notícias	Interagir com exemplos de desinformação	Interação com conteúdos de IA x não IA e discussão	Produção de card sobre um dos tópicos trabalhados

Na primeira aula, foi explicado o que é notícia e realizada a interação com a turma. Nela, os alunos foram instigados a identificar notícias e fontes diferenciando os textos noticiosos dos publicitários. Já na segunda ocasião, explorou-se enfim o conceito de desinformação, apontando suas diversas formas: fake news, click-bait, conteúdo enganoso, teoria da conspiração, sensacionalismo, conteúdo manipulado e conteúdo fabricado.

O terceiro encontro teve como base a discussão sobre IA, com foco na evolução das tecnologias e na interação dos alunos com as ferramentas. Durante a discussão, foi realizado um quiz para a identificação de conteúdos verdadeiros ou feitos por IA. Ao final de cada encontro, se introduziu brevemente o conceito do próximo, buscando instigar os alunos sobre os temas futuros até a produção do trabalho final.

Por fim, o último dia teve como foco a produção de cards sobre os tópicos discutidos em sala de aula, com o objetivo de que os conteúdos sejam publicados no Instagram da escola. A produção foi supervisionada, buscando sanar algumas dúvidas que poderiam surgir durante a pesquisa.

O trabalho foi feito com uma turma do nono ano do ensino fundamental da Escola Visão, em Pelotas-RS. A classe continha 13 alunos, com adolescentes de idades que variam de 13 até 14 anos.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Acerca das interações em sala de aula, o trabalho foi marcado pela participação ativa dos alunos. Durante a primeira aula (sobre notícia), percebeu-se um maior entusiasmo no momento da atividade com o jornal impresso, em que os estudantes puderam entender a produção jornalística de forma palpável, expandindo o aprendizado para outros sentidos, como o tato. Além disso, neste encontro foi possível descobrir que o “veículo” utilizado pela maioria dos alunos para se informar é o Pelotas Notícias24horas — uma página nas mídias sociais que imita o processo de produção noticiosa, porém sem o rigor jornalístico e o compromisso com a ética e a verdade dos jornais.

No segundo encontro (sobre desinformação), todos os alunos já conheciam o conceito de fake news, porém não tinham instrução sobre outras formas de produção de conteúdo falso ou enganoso, como o sensacionalismo e o uso de contextos falsos. A limitação foi percebida durante a proposta de um detector de verdades, no qual foram apresentados diversos tipos de conteúdos e os estudantes precisaram identificar quais eram verdadeiros e quais eram falsos. Além disso, foram escolhidas notícias que pareciam falsas mas que poderiam ser identificadas pela fonte do texto e pelo estilo da página. Um exemplo disso foi a manchete: “Mulher encomenda própria morte no DF e processa matador por não

concluir ‘serviço’”, que por mais que pareça absurda, estava perfeitamente inserida no modelo de publicação do G1.

No último conteúdo, os estudantes foram apresentados a tópicos sobre o uso da inteligência artificial e como ela está presente nas nossas vidas. Um dos tópicos abordados foi a evolução da IA generativa, trazendo como exemplo uma comparação de vídeos do ator estadunidense Will Smith comendo macarrão produzidos com ferramentas de inteligência artificial em 2023, 2024 e 2025, ficando cada vez mais realista. Ademais, foi mostrado um maior domínio da questão pelos alunos, que não erraram nenhum exemplo mostrado no quiz. Além disso, notou-se um grande consumo de materiais produzidos por IA, todos na turma já haviam tido algum contato com conteúdos nesse estilo. Inclusive, a escola apontou alguma dificuldade em controlar o uso de inteligência artificial pelos alunos, preferindo aplicar atividades em sala de aula, já que as tarefas de casa quase sempre vinham marcadas pelo uso de alguma ferramenta de IA generativa.

Ao final, na produção do trabalho após as três aulas, a classe realizou a produção de cinco cards em sala de aula com o uso do aplicativo Canva pelo celular<sup>1</sup>, sendo três sobre inteligência artificial, um sobre notícia e um sobre desinformação. Em todos os produtos foram aplicados conteúdos trabalhados nos encontros, mostrando diferentes pontos de vista e se valendo da pesquisa em fontes confiáveis para narrar o que foi absorvido dos assuntos pelos estudantes.

**Imagen 1 - Três dos cards produzidos em destaque**



**Fonte:** elaborado pelos autores

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Tendo em vista os resultados observados encontro a encontro e, por fim, os cards produzidos pelos alunos ao final do projeto, foi possível constatar que a utilização da educomunicação através da pesquisa-ação como uma ferramenta de conscientização sobre a desinformação foi eficaz. No sentido de que os alunos compreenderam como o cenário informacional está sendo afetado por este

<sup>1</sup> Os cards podem ser vistos na íntegra no link:  
[https://drive.google.com/drive/folders/1UZTSEWhh1ZIItJnOEZpBEIgT9s4iealu?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1UZTSEWhh1ZIItJnOEZpBEIgT9s4iealu?usp=drive_link)

problema e conseguiram enxergar situações onde eles tiveram algum tipo de contato com conteúdos desinformativos.

Através do processo educacional, ficou clara a necessidade da educação midiática no combate à desinformação, já que os alunos se informam majoritariamente pelas mídias sociais ou por ferramentas de inteligência artificial, fontes essas que muitas vezes podem apresentar conteúdo desinformante. Por meio do projeto, foram apresentadas características, exercícios e maneiras de identificação sobre conteúdo falso, que podem contribuir com a formação escolar convencional.

Por fim, dentro de um curso de jornalismo, esta experiência se torna muito importante. O profissional da área tem como um dos seus objetivos principais informar e trazer a verdade à sociedade, justamente o que foi feito. Tendo ainda mais importância por se tratar da conscientização de jovens durante a sua educação básica. Neste sentido, procurar maneiras de como prevenir a adesão a conteúdos desinformativos passa a ser parte importante da formação de quem educa e de quem é educado.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FALLIS, Don. *Floridi on Disinformation. Etica and Politica / Ethics and Politics*, v. 2, p. 201–214, 2011.

SOARES, I.O. EDUCOMUNICAÇÃO: UM CAMPO DE MEDIAÇÕES. *Comunicação & Educação*, São Paulo: 12 a 24, set./dez. 2000. Disponível em: <http://www.journals.usp.br/comueduc/article/view/36934/39656>.

TRIPP, D. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 31, n.3, p. 443-466, set./dez. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/3DkbXnqBQqyq5bV4TCL9NSH/?format=pdf&lang=pt>.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Houssein. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. *Council of Europe Report*, Strasbourg, 27 set. 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 20 maio 2020.

## CONHECENDO PELOTAS EM LIBRAS: UMA AÇÃO EXTENSIONISTA PARA VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE SURDA E ACESSIBILIDADE LINGUÍSTICA

LUIZA FAGUNDES DIAS<sup>1</sup>; DANIELE DA SILVA BRYON SILVA<sup>2</sup>; SANDRA REGINA DA SILVA<sup>3</sup>; LUZIANE GOMES DA SILVA<sup>4</sup>; LIVIA SILVA BALBUENA<sup>5</sup>; IVANA GOMES DA SILVA<sup>6</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lufagundesdias@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – danielerbryon6@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – sandrinha.silva2050@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – luzianegomes397@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – liviaslvbalbuena@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – igds76@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão intitulado “Conhecendo Pelotas em Libras” surge da necessidade de promover a acessibilidade linguística e cultural à comunidade surda de Pelotas, por meio do mapeamento, registro e criação de sinais em Língua Brasileira de Sinais (Libras) para locais históricos, geográficos e turísticos da cidade. Inspirado no projeto “Curitiba em Sinais”, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), a iniciativa visa não apenas registrar sinais já existentes, mas também envolver ativamente a comunidade surda na proposição de novos sinais, fortalecendo a identidade cultural e o pertencimento dessa população ao contexto urbano local.

O referido projeto é coordenado pelo Centro de Letras e Comunicação da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e conta com parcerias fundamentais da Associação dos Surdos de Pelotas e da Escola Bilíngue Professor Alfredo Dub.

O olhar analítico do projeto apoia-se em autores que discutem a centralidade da Libras como língua de identidade e pertencimento, como FERNANDES (2006), SKLIAR (1998) e STROBEL (2008), os quais reforçam que a surdez deve ser compreendida não como deficiência, mas como diferença cultural e linguística. Segundo FERNANDES (2006, p. 21), “o surdo não é um ouvinte que não ouve, mas sim um sujeito que se constitui em uma cultura visual e gestual, sendo a Libras sua principal forma de expressão e comunicação”.

Essa visão encontra respaldo na Lei nº 14.191, de 3 de agosto de 2021, que altera a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional para dispor sobre a modalidade de educação bilíngue de surdos. A norma estabelece que a educação bilíngue deve ser oferecida em Língua Brasileira de Sinais (Libras), como primeira língua, e em português escrito, como segunda língua, assegurando esse direito desde o início da educação infantil até os demais níveis de ensino. Segundo o texto legal: “Entende-se por educação bilíngue de surdos, para os efeitos desta Lei, a modalidade de educação escolar oferecida em Língua Brasileira de Sinais (Libras), como primeira língua, e em português escrito, como segunda língua [...]” (BRASIL, 2021).

Portanto, tem-se como objeto central para este resumo apresentar uma síntese clara e estruturada do desenvolvimento do projeto de extensão “Conhecendo Pelotas em Libras”, destacando sua fundamentação teórica, a metodologia aplicada, as principais atividades desenvolvidas até o momento e os impactos observados na comunidade surda.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada no projeto é ancorada na perspectiva participativa e interdisciplinar, articulando ensino, pesquisa e extensão de forma integrada e crítica. A participação ativa da comunidade surda é um dos pilares centrais da proposta, com ênfase na valorização do saber popular, da escuta ativa e da construção coletiva do conhecimento.

Segundo BRANDÃO (1981, p. 15), “a pesquisa participativa é antes de tudo um processo pedagógico, no qual quem pesquisa aprende com quem é pesquisado e vice-versa, numa relação de troca e de produção conjunta de saberes”. Essa perspectiva reforça o papel da comunidade surda como agente ativo na investigação, validação e criação dos sinais em Libras, transformando o processo de pesquisa em um espaço de empoderamento e inclusão.

Além disso, a atuação do projeto se sustenta em uma abordagem interdisciplinar, essencial para a articulação entre diferentes áreas do conhecimento, como Letras, Libras, História, Turismo e Tecnologia. De acordo com FAZENDA (2008, p. 19), “a interdisciplinaridade não é a justaposição de disciplinas, mas a busca de articulações que permitam a construção de um saber mais amplo e contextualizado”. Essa concepção favorece a integração entre teoria e prática, bem como a colaboração entre docentes, discentes e comunidade externa na realização das diversas etapas do projeto.

A metodologia também se ancora nos princípios da extensão crítica e dialógica. Conforme destaca FREIRE (1996, p. 68), “ninguém educa ninguém, ninguém se educa sozinho, os homens se educam em comunhão, mediatizados pelo mundo”. Tal abordagem fundamenta o envolvimento ativo da comunidade surda como coprotagonista na construção do glossário, promovendo uma troca horizontal de saberes entre universidade e sociedade.

Com base nesses princípios, as ações práticas do projeto incluem:

1. **Mapeamento de locais relevantes** — identificação de regiões administrativas, prédios públicos, monumentos, praças, escolas, igrejas, hospitais e outros espaços significativos da cidade;
2. **Reuniões quinzenais** — encontros com professores de Libras, alunos do curso de Letras Libras/Literatura Surda e membros das instituições parceiras para avaliação de sinais existentes e discussão de novos sinais;
3. **Consultas com a comunidade surda** — investigação direta com surdos pelotenses sobre os sinais utilizados para os locais mapeados, e abertura para sugestões de criação ou modificação;
4. **Saídas de campo** — visitas a locais selecionados para observar o contexto sociocultural, coletar informações e propor sinais mais coerentes com a identidade e a vivência da comunidade surda;
5. **Registro audiovisual e produção de glossário** — elaboração de vídeos e imagens em Libras com os sinais identificados e criação de um glossário online de acesso público, com vistas à ampla divulgação dos resultados;
6. **Desenvolvimento de ferramenta digital** — construção de uma plataforma online (repositório ou site da UFPel) onde o glossário será disponibilizado e poderá ser atualizado conforme novas contribuições.

Portanto, a metodologia adotada tem a intenção de fortalecer o diálogo entre saberes acadêmicos e comunitários, garantindo que o projeto de extensão seja conduzido com participação ativa, relevância social e compromisso com a inclusão linguística e cultural da comunidade surda.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Apesar de ainda em fase inicial de execução, o projeto “Conhecendo Pelotas em Libras” já apresenta avanços concretos e impactos relevantes tanto na comunidade acadêmica quanto entre os participantes externos. Atualmente, encontram-se em andamento o mapeamento dos locais históricos, geográficos e turísticos da cidade de Pelotas, a realização de encontros quinzenais com os participantes da pesquisa — entre surdos e ouvintes — e a produção de registros audiovisuais dos sinais já identificados e utilizados pela comunidade surda local. Essas ações têm gerado importantes resultados preliminares, como a coleta e sistematização de sinais em Libras para diversos pontos da cidade, além da identificação de lacunas em que ainda não há sinais estabelecidos.

A participação ativa da comunidade surda tem se mostrado um dos principais pontos de destaque. Segundo SKLIAR (1998, p. 15), “ser surdo não é uma questão médica ou clínica, mas uma questão de pertencimento a uma comunidade linguística e cultural”. Essa perspectiva rompe com visões patologizantes da surdez e reforça a importância de reconhecer a Libras como elemento constitutivo da identidade surda, fundamento que orienta as ações do projeto “Conhecendo Pelotas em Libras”.

Os encontros quinzenais funcionam como espaços de diálogo, escuta e validação coletiva, nos quais os surdos têm protagonizado a construção do glossário por meio de relatos de uso, sugestões de sinalização e discussões sobre variações linguísticas. A presença de participantes ouvintes, em especial estudantes do curso de Letras Libras e Literatura Surda da Universidade Federal de Pelotas, tem possibilitado trocas formativas significativas, promovendo conscientização e respeito mútuo entre os diferentes grupos.

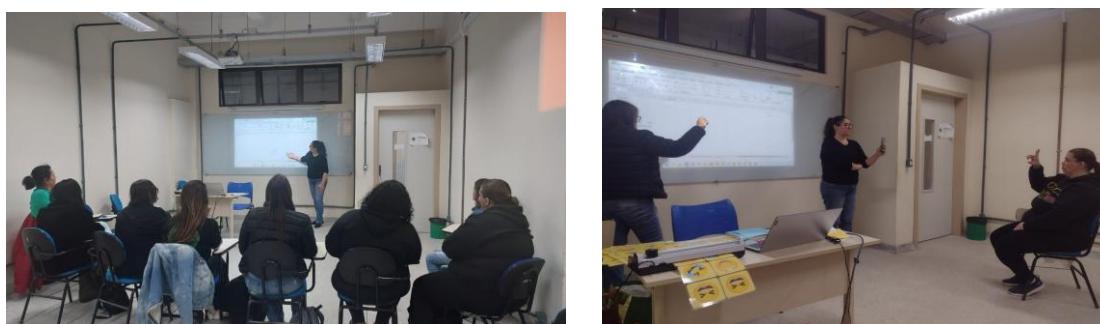


Figura 1: Momento de Encontro e Gravação

Os registros audiovisuais, por sua vez, estão sendo organizados com base nos critérios de clareza, representatividade e contexto sociocultural. Até o momento, já foram documentados sinais para bairros, praças, hospitais, clubes, prédios públicos e pontos de referência do cotidiano urbano, constituindo um acervo inicial promissor para o futuro glossário digital da cidade de Pelotas.

Embora ainda estejam em fase de desenvolvimento a etapa de saídas de campo, a validação final dos sinais em locais ainda não nomeados e a construção da plataforma online, os resultados parciais já demonstram a relevância dessa realização posteriormente.

Além disso, o projeto vem impulsionando uma importante articulação entre ensino, pesquisa e extensão. Alunos do curso de Letras Libras e Literatura Surda, da Universidade Federal de Pelotas, têm relatado que as atividades proporcionam uma vivência concreta dos conteúdos estudados em sala de aula, como variação

linguística, neologismos visuais e contextualização cultural da Libras. Os participantes também destacam a experiência como uma oportunidade de aprendizado coletivo e cidadania.

No campo institucional, o projeto tem provocado reflexões sobre inclusão e acessibilidade em outros setores da UFPel, despertando o interesse por iniciativas semelhantes em diferentes áreas da universidade. A perspectiva de construção de um glossário público, digital e gratuito, reforça o compromisso da universidade com a democratização do conhecimento e o respeito à diversidade linguística.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Diante dos objetivos propostos, o projeto “Conhecendo Pelotas em Libras” tem se mostrado uma ação extensionista de grande relevância social, cultural e acadêmica. A partir dos impactos observados até o momento, é possível afirmar que a proposta vem contribuindo significativamente para a valorização da Libras, a promoção da inclusão linguística e o fortalecimento da identidade surda na cidade de Pelotas.

No contexto da comunidade, o projeto tem possibilitado espaços de escuta, protagonismo e pertencimento, fomentando a participação ativa dos surdos nos processos de construção e reconhecimento de sua própria linguagem e cultura. Como destaca STROBEL (2009, p. 27), “o sujeito surdo é aquele que ressignifica o mundo por meio de uma experiência visual, cultural e linguística própria, que precisa ser respeitada e reconhecida socialmente”. Essa compreensão sustenta o enfoque do projeto, que privilegia a centralidade da pessoa surda como agente de sua própria expressão e representação.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é pesquisa participativa**. São Paulo: Brasiliense, 1981. (Coleção Primeiros Passos).

BRASIL. **Lei nº 14.191, de 3 de agosto de 2021**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), para dispor sobre a modalidade de educação bilíngue de surdos. Publicada no Diário Oficial da União, Brasília, 4 de agosto de 2021.

FAZENDA, Ivani Catarina Arantes. **Interdisciplinaridade**: história, teoria e pesquisa. 3. ed. Campinas: Papirus, 2008.

FERNANDES, Eulália. **A construção do conhecimento na diferença**: a surdez e a linguagem. Porto Alegre: Mediação, 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

SKLIAR, Carlos. **Surdez**: um olhar sobre as diferenças. Porto Alegre: Mediação, 1998.

STROBEL, Karin Lilian. **As imagens do "eu" na constituição da identidade surda**: um estudo em educação. Porto Alegre: Mediação, 2009.

## VISIBILIDADE DA GASTRONOMIA UFPEL ATRAVÉS DO PROJETO GASTRONOMIA EM EXTENSÃO NA FENADOCE E O IMPACTO NA REDE SOCIAL INSTAGRAM

VIVIANE MENEZES BARRAZ<sup>1</sup>;  
TATIANE KUKA VALENTE GANDRA<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – viviane.barraz@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tkvgandra@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A Feira Nacional do Doce (FENADOCE) é realizada no município de Pelotas (RS), Brasil, desde 1986, com o objetivo de divulgar a cultura doceira e fomentar o turismo local, consolidando a tradição da cidade nesse segmento (MAGALHÃES, 1993). Em 2025, o evento chegou à sua 31<sup>a</sup> edição, com o tema “Doces Aventuras”, que remete às histórias repletas de imaginação, magia e sabores escritas na trajetória da feira (BERSELLI et al., 2021; FENADOCE, 2025).

O Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia da UFPel, mais uma vez, teve a oportunidade de ser convidado, por intermédio da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), a participar do Festival de Gastronomia no evento. A ação esteve vinculada ao projeto Gastronomia em Extensão, por meio do qual foram ministradas oficinas de preparos que haviam se destacado em avaliações de alunos ao longo do Curso. Também foram apresentadas receitas elaboradas por docentes e egressos. Todas selecionadas de modo a permitir que pudessem ser reproduzidas em casa pelo público participante.

As atividades ocorreram em espaço próprio, localizado ao lado da Cidade do Doce, que contava com um ambiente interativo e um “cantinho instagramável”. Esse recurso proporcionou ao fotógrafo oficial da comunicação da FENADOCE e ao público visitante a possibilidade de registrar os preparos assistidos, resultando em imagens atrativas com maior visibilidade quando compartilhadas nas redes sociais.

Diante disso, o objetivo deste trabalho é apresentar a relevância do projeto Gastronomia em Extensão na promoção da visibilidade do Curso de Gastronomia e analisar seu impacto nas métricas da rede social Instagram, a partir das publicações realizadas no perfil do Grupo de Pesquisa vinculado ao projeto e no perfil oficial da Gastronomia UFPel durante a FENADOCE 2025.

### 2. METODOLOGIA

Nas semanas que antecederam o início do evento, a bolsista organizadora e a professora coordenadora do projeto Gastronomia em Extensão reuniram-se para definir as principais demandas. Entre elas destacaram-se: a ordem dos ministrantes das oficinas e seus preparos, a elaboração de listas de insumos e equipamentos, a organização das fichas técnicas a serem fornecidas pelos ministrantes, além de outros aspectos logísticos relevantes.

Um dos pontos centrais discutidos foi a divulgação das oficinas nas redes sociais e em outros veículos de comunicação. Essa etapa foi realizada por meio do perfil do Grupo de Pesquisa Gastronomia é Ciência, ao qual o projeto Gastronomia

em Extensão é vinculado, bem como pelo perfil oficial do curso, que atuou como colaborador em todas as postagens.

A produção das artes gráficas, tanto para organizar a equipe de alunos quanto para divulgar as oficinas, contou com o apoio da ferramenta de inteligência artificial *ChatGPT*. Essa tecnologia possibilitou a transformação da imagem da mascote da feira, a formiga, em ilustração no estilo *sketch*, conferindo maior fluidez, legibilidade e leveza aos posts e materiais estáticos (Figura 1).

O post de divulgação geral, publicado antes do início oficial da FENADOCE, apresentou a programação completa, incluindo os nomes dos ministrantes, suas formações acadêmicas e os pratos preparados (Figura 2). Já os *posts* individuais foram programados semanalmente, trazendo informações específicas sobre cada oficina (Figura 3). Por fim, os *stories* foram utilizados para divulgar registros em tempo real, com imagens das oficinas em andamento (Figura 4).

Figura 1 – Desenvolvimento da arte



Fonte: Os autores

Figura 2 – Posts da programação completa



Fonte: Os autores

Figura 3 – Posts individuais



Fonte: Os autores

Figura 4 – Post story



Fonte: Os autores

Os *reels* (Figura 5) foram classificados em três tipos: informativos, voltados à divulgação de conteúdos como “como encontrar o espaço na feira”; de imersão, com vídeos das oficinas; e de humanização, que contavam com acontecimentos destinados a gerar maior engajamento com os espectadores.

Figura 5 – *Reels*: informativos, imersão e humanização



Fonte: Os autores

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Durante o evento, foram realizadas 20 oficinas no Festival de Gastronomia da UFPel, entre quinta-feira e domingo, com a participação de 35 ministrantes, 17 acadêmicos atuando como equipe de apoio, além da professora coordenadora do projeto e de uma bolsista extensionista. O público total superou 600 pessoas.

Nas redes sociais do Instagram, observou-se crescimento expressivo durante o período de 16 de julho a 3 de agosto de 2025. O perfil do projeto de extensão registrou aumento de 56 seguidores, enquanto o perfil oficial do Curso contabilizou acréscimo de 77 seguidores. Quanto ao alcance, foram atingidas 111,9 mil contas, passando de 9.295 interações no mês de junho para 82.914 em julho, dentro do período da FENADOCE (Figura 6).

Nos stories, a média de alcance saltou de 43 para 1.500 contas (Figura 7). Já as postagens no *feed* mantiveram média de 1.400 visualizações, o dobro em relação aos meses anteriores, que registravam cerca de 700. Os *reels* publicados sobre o Festival de Gastronomia da FENADOCE alcançaram, em média, de 1.500 a 2.000 contas (Figura 8).

Figura 6 – Crescimento de contas atingidas no Instagram



Fonte: Instagram, 2025

Figura 7 – Crescimento de contas atingidas nos stories



Fonte: Instagram,2025

Figura 8 – Crescimento de contas atingidas nos reels



Fonte: Instagram,2025

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Os resultados obtidos durante a FENADOCE 2025 confirmam a importância do projeto de extensão, como “Gastronomia em Extensão” para a promoção da visibilidade do Curso de Gastronomia da UFPel, tanto no espaço do evento quanto nas redes sociais, especialmente no Instagram. Além disso, a ação demonstrou o potencial da extensão universitária em aproximar a comunidade do curso e divulgar informações relevantes sobre sua formação.

Os autores agradecem à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFPel pelo apoio e pela concessão da bolsa de extensão.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERSELLI, C.; ZUCCO, F. D.; AÑAÑA, E. S. **FENADOCE: uma experiência gastronômica ou um símbolo de pertencimento para os residentes.** Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal, Algarve, v.39, p.15-36, 2021.

FENADOCE. “**Doces Aventuras**” é o tema da 31ª FENADOCE. Pelotas, 2025. Acessado em: 24 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://fenadoce.com.br/doces-aventuras-e-o-tema-da-31a-fenadoce/>

INSTAGRAM. **Gastronomia em Extensão.** Instagram, 2025. Acessado em: 24 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://www.instagram.com/gastronomiaemextensao>

MAGALHÃES, M. O. **Opulência e cultura na Província de São Pedro do Rio Grande do Sul: um estudo sobre a história de Pelotas (1860-1890).** 1993. Dissertação (Mestrado em História) – Curso de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina.

## IMPACTOS GERADOS NOS LEITORES DO CLUBE DE LEITURA DO CLC – LER MULHERES

ANA CAROLINA DE ANDRADE VIEIRA<sup>1</sup>; MARIANA SANTANA FALKOWSKI<sup>2</sup>;  
BEATRIZ HELENA DA ROSA PEREIRA<sup>3</sup>; VANESSA DOUMID DAMASCENO<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [anac.vieira086@gmail.com](mailto:anac.vieira086@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [mari\\_s\\_falkowski@outlook.com](mailto:mari_s_falkowski@outlook.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [forneira@gmail.com](mailto:forneira@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [vanessaddlc@gmail.com](mailto:vanessaddlc@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Clubes de leitura proporcionam a uma pessoa que gosta de ler um espaço de acolhimento para conversar sobre livros, para conhecer obras literárias diferentes, para retomar o hábito de leitura, para encontrar e conhecer pessoas diversas, entre muitas outras ações.

De acordo com SARAIVA EDUCAÇÃO (2023), os clubes de leitura surgem nos salões literários parisienses dos séculos XVII e XVIII, e no Brasil foram implementados entre os séculos XIX e XX. A leitura permite que se exerçite a empatia e o pensamento crítico, além, é claro, de ampliar o repertório de quem pratica tal ato.

O Clube de Leitura do CLC – Ler Mulheres, um Projeto de Extensão desenvolvido pelo Centro de Letras e Comunicação (CLC), proposto e coordenado pela Profa. Dra. Vanessa Doumid Damasceno, iniciou suas atividades em março de 2023 e tem seus encontros acontecendo na última quinta-feira de cada mês.

No início de cada ano, a Profa. Vanessa D. Damasceno e a mediadora Profa. Ms. Beatriz R. Pereira fazem, em conjunto, uma curadoria e seleção das obras a serem lidas para cada mês do ano. Esses livros são baseados “no conceito de “bibliodiversidade”: buscando escolher autoras de diferentes nacionalidades, épocas e editoras, com o cuidado de selecionar obras não muito extensas (FALKOWSKI *et al*, 2023)”.

O clube é totalmente gratuito, destinado a todas as pessoas da comunidade, de todas as idades. Em 2025 as reuniões têm acontecido na Associação OTROPORTO. Conseguiu-se também um convênio com a Livraria Vanguarda para que os participantes do Clube possam adquirir os livros por um valor com desconto. As informações sobre os encontros, sobre livros e autoras são divulgadas no Instagram @clubedeleituraclcufpel.

Ao completar dois anos de atividade, foi observado um perceptível crescimento no número de participantes do Clube de Leitura Ler Mulheres, a cada reunião aparecem mais pessoas interessadas em participar, enriquecendo os encontros. Esse trabalho tem como objetivo mostrar como o projeto vem auxiliando e modificando a vida dos leitores da nossa comunidade.

### 2. METODOLOGIA

Para iniciar a pesquisa com os leitores do Clube de Leitura – Ler Mulheres, foi informado a todos, durante uma das reuniões, a vontade de produzir um novo

trabalho para apresentar na 9ª Semana Integrada (SIIPE) da UFPel sobre o projeto de extensão e, com isso, foi proposta uma enquete, a qual foi bem aceita.

Foi produzido um formulário com sete perguntas pelo *google forms*, enviado para os participantes pelo e-mail do Clube. As respostas foram analisadas.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Desde o princípio do Clube de Leitura – Ler Mulheres é praticada a ideia de que seus encontros se constituem como uma roda de conversa, permitindo um espaço completamente democrático, onde não há certo ou errado, pois todas as opiniões, olhares e reações são válidas e respeitadas. As discussões realizadas nas reuniões sobre os livros escolhidos permitem constatar, por meio dos diversos pontos de vista partilhados que enriquecem a experiência do clube, que a leitura tem a potencialidade de construir caminhos para a expansão de pensamentos e percepções de mundo, potencialidade tal que é exponencializada quando se abre o espaço para a conversa e a escuta.

Esta constatação é reforçada pelo retorno recebido da comunidade por meio do formulário produzido e compartilhado com os participantes do clube. O formulário, constituído de sete perguntas, foi respondido por nove integrantes que participam do Clube há períodos de tempo variados, alguns/umas participam desde o início do Clube em 2023 e outros/as começaram a participar dos encontros mais tarde, como no final de 2024 ou no início de 2025. Apesar disso, todas as respostas demonstraram a importância do Clube na vida dos/as participantes e o quanto ele impacta positivamente e das mais diversas maneiras nas vivências individuais dos/as integrantes.

Tabela 1 – Pergunta 4 feita em formulário

<b>Por que você decidiu começar a frequentar o <i>Clube de Leitura Ler Mulheres</i>?</b>	
Para ler mais livros	5 respostas
Por amar a prática da leitura	3 respostas
Para conversar sobre as leituras realizadas	6 respostas
Por se interessar pela proposta do clube	2 respostas

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 2 – Pergunta 5 feita em formulário

<b>Participar do <i>Clube de Leitura Ler Mulheres</i> fez alguma diferença na sua vida em geral?</b>	
Permitiu conhecer mais livros escritos por mulheres	3 respostas
Permitiu expandir a percepção de mundo	6 respostas
Estimulou maior leitura de textos literários	1 resposta
Construiu um espaço de acolhimento	3 respostas

Forneceu momentos de descontração	2 respostas
Fortaleceu a autoaceitação da identidade feminina	3 respostas

Fonte: Elaborado pelas autoras

Tabela 3 – Pergunta 6 feita em formulário

<b>Os livros lidos para o <i>Clube de Leitura Ler Mulheres</i> estariam na sua lista de leitura?</b>	
Sim, pois já havia interesse nos assuntos tratados	2 respostas
Apenas alguns estariam	2 respostas
Não, pois não conhecia as obras antes do Clube	5 respostas

Fonte: Elaborado pelas autoras

Ao analisar as respostas recebidas a partir das perguntas “Por que você decidiu começar a frequentar o *Clube de Leitura Ler Mulheres?*”, “Participar do *Clube de Leitura Ler Mulheres* fez alguma diferença na sua vida em geral?” e “Os livros lidos para o *Clube de Leitura Ler Mulheres* estariam na sua lista de leitura?”, é possível perceber que o Clube exerce enorme importância na comunidade. Ele vai além do incentivo à leitura (o que já seria um fato valioso): ele abre espaços para o convívio e a troca, aborda tópicos necessários, porém negligenciados em conversas do dia a dia e permite a transformação do pensamento.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O Clube de Leitura do CLC Ler Mulheres incentiva a leitura e a conversa sobre livros. Esse projeto é uma ótima maneira de semear o ato de ler e de transmitir cultura, trazendo o contato com a escrita feminina e com temas importantes e problemáticos em nossa sociedade.

Em um ambiente acolhedor, os encontros trazem vários outros benefícios aos participantes, como a atividade de convívio social, a troca de opiniões e impressões, o estímulo de atenção e da memória, e a criação de novas amizades.

É com incrível satisfação que se observa que o projeto vem alcançando mais pessoas e modificando suas vidas de uma maneira benéfica. As leitoras e os leitores são ativas e ativos ao se apropriarem do que leem e expor o que sentem.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FALKOWSKI, M. S. et al. Clube de leitura do CLC – Ler mulheres. In: **CONGRESSO DE EXTENSÃO E CULTURA DA UFPEL**, 5., Pelotas, 2023. Anais... Pelotas: Editora da UFPel, 2023. p. 303-305. Acessado em 11 ago. 2025. Online. Disponível em:  
[https://wp.ufpel.edu.br/congressoextensao/files/2023/12/Educac%CC%A7a%CC%83o\\_rev1.pdf](https://wp.ufpel.edu.br/congressoextensao/files/2023/12/Educac%CC%A7a%CC%83o_rev1.pdf)

**SARAIVA EDUCAÇÃO. Você sabe o que é um clube do livro? Veja tudo sobre o assunto!** Saraiva Educação, 06 mar. 2023. Acessado em 17 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://conteudo.saraivaeducacao.com.br/comunicacao-e-marketing/clube-do-livro/>

## DIGITALIZAÇÃO DOCUMENTAL COMO FERRAMENTA DE PRESERVAÇÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

**KAUANE DOS SANTOS BRISOLARA<sup>1</sup>**, **LORENA ALMEIDA GILL<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – kauanebrisolara@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lorenaalmeidagill@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A preservação e a conservação de documentos são práticas essenciais para a sociedade, pois garantem não apenas o uso desses registros como meios de prova e fontes de informação, mas também contribuem para a preservação da memória coletiva, para a valorização cultural e para a produção de conhecimento. O patrimônio documental possibilita que a sociedade rememore seu passado, compreenda sua trajetória e fortaleça sua identidade histórica (KONRAD; MERLO, 2015). Nesse contexto, a digitalização surge como uma importante aliada à preservação documental, ao evitar o manuseio excessivo, que poderia acelerar a deterioração física dos materiais e, ao mesmo tempo, ampliar o acesso por meio da disponibilização online, fortalecendo a história pública e democratizando o conhecimento.

Os arquivos e centros de documentação são responsáveis pela salvaguarda de grandes volumes documentais, assegurando sua preservação e acesso. Nesse contexto, o Núcleo de Documentação Histórica Prof. Beatriz Loner (NDH) da UFPel desempenha papel fundamental, especialmente na preservação de acervos relacionados ao mundo do trabalho. Criado em 1990, o NDH tinha como objetivo inicial organizar a documentação da própria universidade. Ao longo de mais de 35 anos de atuação, consolidou-se como um dos projetos de extensão mais longevos da instituição, sendo atualmente responsável pela conservação de diversos acervos, como os da Justiça do Trabalho de Pelotas, da Delegacia Regional do Trabalho do Rio Grande do Sul, além de documentos institucionais, de partidos políticos, de movimentos sociais, de fábricas, indústrias e empresas, jornais, dentre outros materiais (LONER; GILL, 2013). Nos últimos anos, o NDH incorporou a digitalização como estratégia central de preservação e democratização do acesso, possibilitando que parte significativa dessa documentação esteja disponível online, ampliando seu alcance para pesquisadores e à comunidade em geral.

Assim, o presente trabalho apresenta a experiência do projeto de extensão voltado à digitalização de acervos históricos vinculados ao NDH/UFPel, como os da Justiça do Trabalho, ressaltando seu papel na preservação documental e na ampliação do acesso à informação. Tal ação contribui não apenas para a salvaguarda física e digital desses materiais, mas também, fortalece a relação entre universidade e comunidade ao disponibilizar documentos de importância histórica e social em formato digital a um maior número de pessoas e, com isso, promover a história pública.

### 2. METODOLOGIA

Existem diversas formas de intervenção voltadas à preservação do patrimônio documental. Com o avanço da tecnologia, a digitalização tem se

consolidado como uma importante aliada nesse processo, pois contribui não apenas para a conservação dos documentos, evitando o desgaste físico causado pelo manuseio, mas também facilita o acesso, tanto para a comunidade acadêmica quanto para a sociedade em geral (SOLEDADE; DUARTE, 2025).

No NDH se conta com três scanners para a digitalização de documentos, com o apoio de bolsistas e voluntários. Os documentos após digitalizados, são salvos em formato de *PDF* (Portable Document Format) e armazenados em nuvem. Para o compartilhamento das pesquisas e dos documentos digitalizados, são utilizadas plataformas online, como o site institucional e páginas nas redes sociais, sempre respeitando as diretrizes da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)<sup>1</sup>, que garantem a privacidade e a segurança das informações.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Foram digitalizados cerca de 5 mil processos trabalhistas do acervo da Justiça do Trabalho de Pelotas, de um total de 93.845 mil ações. Este amplo acervo compõe o Arquivo da Justiça do Trabalho, recebido no ano de 2005, através do Memorial da Justiça do Trabalho da 4º região, sediado em Porto Alegre. Trata-se de documentação histórica, que constituem fontes importantes para pesquisas nas áreas de História, Sociologia e Direito. Ainda, estão sendo digitalizados documentos institucionais, dentre os quais destacam-se os da Faculdade de Odontologia e do Direito, atas do Curso de Enfermagem, documentos de fundação da Leiga e livros de diplomas da atual FAMED-UPPel. Também foram digitalizadas atas do Conselho Coordenador do Ensino, Pesquisa e Extensão (COCEPE) e do Conselho Universitário (CONSUN), bem como jornais históricos, como *Folha da Princesa*, *O Pescador* e *Gazeta Pelotense*, os quais permitem conhecer um pouco mais do cotidiano da cidade.

A partir dos acervos do NDH e da disponibilização dos documentos digitalizados, foram desenvolvidas diversas pesquisas e publicações, incluindo artigos, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses. Grande parte dessas produções é voltada à história dos trabalhadores e trabalhadoras da região, reafirmando, conforme já dito, um dos principais objetivos do NDH: promover a história pública e valorizar a história social. Segundo ALMEIDA; ROVAI (2013) a história pública não se resume ao ensino ou à divulgação de determinado conhecimento. Trata-se de um novo modo de produzir e compartilhar história. Mais do que preservar a cultura material, a história pública busca colaborar para que a comunidade reflita sobre sua própria trajetória, estabelecendo conexões entre passado e presente. Consiste em pensar formas de tornar o passado significativo e útil para o presente.

Além de sua relevância para a produção acadêmica, a divulgação desse material também atende diretamente à comunidade, especialmente aos trabalhadores que necessitam da documentação. As ações trabalhistas preservadas pelo Núcleo têm sido utilizadas como meios de prova, servindo para demonstrar vínculos empregatícios em solicitações de aposentadoria, dupla cidadania e situações de insalubridade, além de outros direitos e benefícios (GILL; KOSCHIER, 2025).

Outro ponto importante a destacar é a democratização do conhecimento por meio das redes sociais, especialmente pelo Instagram. O NDH tem se mostrado

<sup>1</sup> LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018 Disponível em:  
[https://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm](https://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2015-2018/2018/Lei/L13709.htm)

bastante ativo nessa plataforma, compartilhando conteúdos variados que divulgam os acervos preservados, e, também, aproximam a comunidade da universidade. As postagens alcançam um público diverso, ampliando o acesso a informações históricas e promovendo reflexões sobre a memória coletiva, ao fortalecer a identidade social e cultural da região e reafirmar o compromisso do NDH com a prática da história pública.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A experiência de digitalização de documentos no NDH/UFPel evidencia uma série de ganhos significativos. Dentre eles se destacam a redução do risco de perda de informações, garantindo maior segurança e durabilidade aos acervos, e a aproximação da universidade com a sociedade, por meio da prática da história pública, que busca valorizar a memória coletiva e contribuir para a construção de uma identidade social. Além disso, a iniciativa possibilita a preservação de inúmeros documentos que servem como meios comprobatórios em diferentes contextos, reforçando a relevância social do projeto.

É preciso não esquecer que em maio de 2024 o RS vivenciou uma enchente histórica, que causou inúmeros prejuízos econômicos, sociais e culturais, dentre eles a inundação de bibliotecas, memoriais, centros de documentação que perderam parte da documentação que possuíam. Um exemplo foi o alagamento de um dos prédios do Memorial da Justiça do Trabalho da 4ª região, em Porto Alegre, no qual um milhão de processos ficaram submersos e necessitam agora ser recuperados. Estes documentos são extremamente importantes, tendo recebido o certificado de patrimônio da humanidade, através do selo do Programa Memória do Mundo, concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

De todo modo, diante da constante desvalorização das ciências humanas, os recursos disponíveis são limitados, exigindo grandes esforços de professores, técnicos-administrativos e alunos, bem como adaptações que melhor se adequem à realidade do NDH. Outra dificuldade enfrentada por este centro de documentação decorre do abismo digital ainda presente na sociedade contemporânea, tanto no Brasil quanto em outros países. Muitas pessoas em situação de vulnerabilidade social não possuem acesso a dispositivos digitais ou à internet, e, em alguns casos, não dispõem das instruções necessárias para utilizá-los adequadamente (SOLEDADE; DUARTE, 2025). Esse cenário representa um desafio significativo, que se apresenta sem soluções plenamente satisfatórias ou de alcance universal a curto prazo.

Por fim, é fundamental destacar que o NDH possui um extremo cuidado e responsabilidade no trato dos documentos e das informações neles contidas. Para solicitações de acesso, seja para pesquisa ou para fins pessoais, exige-se o preenchimento de um formulário, garantindo que o uso da documentação ocorra de forma séria e responsável.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, J. R; ROVAI, M. G. História pública: entre as "políticas públicas" e os "públicos da história". In: **ANAISS XXVII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA ANPUH: CONHECIMENTO HISTÓRICO E DIÁLOGO SOCIAL**, Natal: ANPUH, p. 1-10, 2013. Disponível em:

[https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548874921\\_28c0558a70f3bfff19db4e06ecf30156.pdf](https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548874921_28c0558a70f3bfff19db4e06ecf30156.pdf) Acesso em: 20 ago. 2025

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm) Acesso em: 15 ago. 2025.

GILL, L.A; KOSCHIER, P. O Arquivo da Justiça do Trabalho de Pelotas, RS: pesquisa histórica, acesso e democratização do conhecimento. *Acervo*, [S. I.], v. 38, n. 1, p. 1-22, 2025. Disponível em: <https://revista.arquivonacional.gov.br/index.php/revistaacervo/article/view/2318> Acesso em: 16 ago. 2025.

LONER, B. A; GILL, L. A. O trabalho de um Centro de Documentação: O Núcleo de Documentação Histórica da UFPel. *Patrimônio e memória*, v. 2, n. 9, p. 241-256, 2013. Disponível em: <https://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/3675> Acesso em: 20 ago. 2025

MERLO, F; KONRAD, G. V. R. Documento, História e Memória: A importância da preservação do patrimônio documental para o acesso à informação. *Inf. Inf.*, Londrina, v. 20, n. 1, p. 26 - 42, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/18705> Acesso em: 20 ago. 2025

SOLEDADE, P; DUARTE, Z. Digitalização de documentos e acesso à informação: pontos e contrapontos. *Páginas a&b: arquivos e bibliotecas*, p. 367-373, 2025. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasaeb/article/view/15356> Acesso em: 20 ago. 2025

## BANCO DE IDEIAS LITERÁRIAS: UM REPOSITÓRIO COLABORATIVO PARA O ENSINO DE LITERATURA EM EaD

**CATHARINA GONÇALVES MESA<sup>1</sup>**; **JOÃO LUIS PEREIRA OURIQUE<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – [catharinagm.98@gmail.com](mailto:catharinagm.98@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – [jlourique@yahoo.com.br](mailto:jlourique@yahoo.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

O ensino da literatura em ambientes de Educação a Distância (EaD) apresenta desafios que requerem metodologias ativas e colaborativas para superar a distância física e a falta de interação tradicional. Este cenário demanda uma reavaliação das práticas didáticas. NEYRA (2024) destaca que a literatura deve ser compreendida como um processo de construção de sentidos, em que o sujeito, na relação com o texto, integra significados a partir de suas experiências.

No entanto, discutir o ensino da literatura também implica refletir sobre a própria noção de formação cultural. Como destaca ADORNO (1996), a “semiformação socializada” tornou-se a forma dominante da consciência atual, marcada por valores que não emergem de uma crítica dialética às estruturas sociais, mas que, ainda assim, se legitimam como intocáveis e inquestionáveis. Nesse sentido, a formação não pode ser tomada como ideia sagrada, pois “nada mais é que a cultura pelo lado de sua apropriação subjetiva”.

A partir desse entendimento, a literatura ganha centralidade, já que a sua apropriação transforma nossa forma de pensar e de nos relacionarmos com o mundo. Uma obra literária, quando compreendida, passa a fazer parte de nós e modifica irremediavelmente nossa percepção (OURIQUE, 2025).

Diante desse cenário, este trabalho apresenta o “Banco de Ideias Literárias”, uma plataforma colaborativa desenvolvida para os tutores do curso de Letras – Espanhol EaD da UFPel. O objetivo é descrever a concepção, a implementação inicial e o potencial desse espaço para fortalecer a aprendizagem dialógica e criativa, alinhando-se à perspectiva processual do ensino de literatura e às demandas pedagógicas da EaD.

### 2. METODOLOGIA

O desenvolvimento do Banco de Ideias Literárias ocorreu em paralelo à realização de oficinas de escrita criativa com os tutores do curso de Letras – Espanhol EaD da UFPel. Para sua operacionalização, utilizou-se a plataforma Padlet, escolhida por sua interface intuitiva e pela possibilidade de colaboração em tempo real. Nesse espaço, os tutores foram convidados a inserir e organizar sugestões de atividades literárias, textos autorais e reflexões sobre práticas pedagógicas.

Interface da Plataforma “Banco de Ideias Literárias”.



Fonte: Screenshot da plataforma Padlet, elaborado pelo autor.

A proposta metodológica está fundamentada em princípios de metodologias ativas, nas quais o aluno ocupa o centro do processo formativo e cresce em protagonismo à medida que participa das atividades, como demonstrado por OLIVEIRA et al. (2020). Essa abordagem valida a ideia de que novas práticas pedagógicas são possíveis e contribuem para um ensino mais inovador na EaD, mesmo diante dos desafios impostos pelo distanciamento físico e pelas limitações da comunicação síncrona.

A análise do desenvolvimento da plataforma e da participação dos tutores foi conduzida de forma qualitativa, a partir da observação das interações no Padlet e dos relatos compartilhados durante as oficinas.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Desde sua apresentação, o Banco de Ideias Literárias tem sido bem recebido pelos tutores. A utilização do Padlet facilitou o compartilhamento ágil de sugestões e a organização das propostas em categorias temáticas. O banco revela-se uma ferramenta promissora para estimular o protagonismo dos tutores e para aproximar a prática docente de uma visão dialógica e interativa do texto literário.

O projeto também se alinha com o panorama do ensino a distância no Brasil, conforme discutido por FERNANDES et al. (2020), que exploram como os ambientes virtuais podem oferecer recursos para uma "formação informal" e cujo potencial ainda está em construção. Além disso, como observam OLIVEIRA et al. (2020), a observação do percurso e o feedback contínuo são fundamentais para que os participantes problematizem os conteúdos e os ressignifiquem em diferentes contextos. Nesse sentido, o caráter aberto e plural do espaço favorece a construção coletiva do conhecimento e a diversificação das estratégias de ensino.

Ainda assim, desafios como a manutenção da participação contínua e a curadoria dos conteúdos precisam ser enfrentados para garantir a sustentabilidade do projeto.

### 4. CONSIDERAÇÕES

O Banco de Ideias Literárias representa uma inovação metodológica significativa para o ensino de literatura no contexto do curso de Letras – Espanhol EaD da UFPel. A iniciativa, que se alinha às práticas de metodologias ativas, propõe um ambiente colaborativo e dinâmico para a troca de saberes e reflexões pedagógicas, fortalecendo o protagonismo docente e a apropriação da obra literária como experiência pessoal e coletiva. O projeto atende à demanda por práticas educacionais que transformam o participante em sujeito ativo de sua própria aprendizagem.

Apesar de ainda se encontrar em fase inicial, a experiência demonstra potencial para transformar a relação dos tutores com o ensino da literatura, ao ampliar as formas de interação e ressignificação do texto literário como objeto vivo e plural. Entre os desafios, destacam-se a necessidade de assegurar a continuidade da participação, a curadoria crítica dos conteúdos e a análise sistemática dos resultados. Como perspectivas futuras, o Banco pode expandir-se para incluir estudantes e outros membros da comunidade acadêmica, consolidando-se como uma prática de formação colaborativa em EaD. A incorporação de estratégias de mediação e a avaliação dos impactos pedagógicos em médio e longo prazo serão passos fundamentais para seu fortalecimento e para a efetiva contribuição do projeto ao ensino de literatura em ambientes virtuais.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. Teoria da semicultura. In: **Educação & Sociedade**. Revista de Ciência da Educação. Campinas - SP: Papirus, ano XVII, p. 388-411, 1996.
- FERNANDES, Stéfani Martins; HENN, Leonardo Guedes; KIST, Liane Batistela. O ensino a distância no Brasil: alguns apontamentos. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. e21911551, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i1.1551. Disponível em: <https://rsdjurnal.org/rsd/article/view/1551>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- NEYRA, Patricia. O (multi)letramento literário no ensino de literatura de língua espanhola no ambiente virtual de aprendizagem. **Pesquisa e Ensino**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. 131-145, 2024. DOI: 10.53282/pqe.v4i1.1008. Disponível em: <https://revistas.ufob.edu.br/index.php/pqe/article/view/1008>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- OLIVEIRA, Antonio José Figueiredo; FIGUEIREDO, Carina Adriele Duarte de Melo; FÉLIX, Nídia Mirian Rocha. Metodologias ativas na formação de professores da modalidade de ensino a distância. **Revista Paidéi@**, v. 12, n. 21, 2020. DOI: 10.29327/3860.12.21-11.
- OURIQUE, João Luis Pereira. **Memorial Acadêmico**. 2025. 41 f. Memorial Acadêmico (Professor Titular) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2025.
- OURIQUE, João Luis Pereira. Aspectos culturais e impasses conservadores: a literatura entre o ensino e a formação. **Caderno de Letras**, Pelotas: Faculdade de Letras, Universidade Federal de Pelotas, n. 15, p. 13-25, 2009. ISSN 0102-9576.

## SABORES VISUAIS

**NELSON DUTRA DE OLIVEIRA NETO<sup>1</sup>; MANOELA DE SOUZA GONÇALVES<sup>2</sup>;  
ANGELA GALVAN DE LIMA<sup>3</sup>; TATIANE KUKA VALENTE GANDRA<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – nd790620@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – manoeladesouzrag13@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – angelasananduva@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tkvgandra@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O uso de imagens e vídeos na promoção da gastronomia deixou de ser um recurso meramente estético para se consolidar como uma estratégia de comunicação extensionista e de ensino. A produção audiovisual, quando aplicada ao contexto gastronômico, permite valorizar não apenas os pratos em si, mas também a história que os acompanha, a trajetória dos gastrônomos e a identidade cultural envolvida (ALBANO; NETO, 2018).

Com o surgimento da fotografia, iniciou-se uma nova forma de percepção do mundo, fragmentada, mas detalhada, que ampliou o conhecimento de diferentes realidades culturais. Como destaca KOSSOY (2001, p. 26), com a fotografia “[...] iniciou-se um processo de conhecimento do mundo, porém, de um mundo em detalhes, posto que fragmentário em termos visuais e, portanto, contextuais”. Hoje, essa lógica é potencializada pelas redes sociais digitais, que transformaram a fotografia e o vídeo em ferramentas fundamentais de visibilidade, engajamento e educação.

Nesse cenário foi criada a série “Um dia com a Gastro”, vinculada ao Projeto de Permanência e Qualidade Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia da UFPel. A ação teve como objetivo explorar os recursos audiovisuais para aproximar a comunidade acadêmica e externa da rotina de práticas do Curso, utilizando vídeos curtos e de caráter didático como estratégia de valorização pedagógica, estética e extensionista.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo relatar a experiência de concepção, produção e divulgação dos vídeos da série “Um dia com a Gastro”, destacando sua relevância como recurso de ensino-aprendizagem e como instrumento extensionista para o fortalecimento da imagem institucional do Curso de Gastronomia.

### 2. METODOLOGIA

A ação foi desenvolvida no âmbito do Projeto de Permanência e Qualidade Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia da UFPel, tendo como foco a produção de conteúdo audiovisual para divulgação em redes sociais digitais.

Inicialmente, foram selecionadas disciplinas práticas do curso, tais como Cozinha Internacional I, Panificação e Confeitaria, por possibilitarem maior tempo de execução e apresentarem processos didáticos para demonstração em vídeo. A escolha baseou-se no potencial da disciplina em traduzir, de forma visual, as etapas do preparo culinário, valorizando a técnica, as cores e a apresentação dos alimentos.

No total, foram produzidos seis vídeos, sendo quatro de caráter didático e um de estilo humorístico, intitulado “Cozinha é terapia: ter a pia cheia de louça”. Esse último teve como objetivo explorar uma linguagem leve e divertida, com foco em engajamento do público, enquanto os demais priorizaram a valorização do processo culinário, apresentando desde as etapas iniciais de preparo até a finalização, de forma clara e acessível.

A edição dos vídeos foi realizada com o software *CapCut*, demandando em média uma hora e meia por material. O processo de edição buscou preservar a naturalidade dos preparos, sem uso excessivo de filtros, destacando os ingredientes, as cores e as técnicas aplicadas. Os materiais finalizados foram publicados no perfil oficial da Gastronomia UFPel na plataforma *TikTok*, escolhida por sua ampla capacidade de alcance e engajamento junto ao público jovem, além da valorização de produções curtas, dinâmicas e interativas, em consonância com a proposta pedagógica da ação.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A produção da série “Um dia com a Gastro” resultou em seis vídeos publicados no perfil oficial da Gastronomia UFPel no *TikTok*. Essa experiência possibilitou aos acadêmicos envolvidos vivenciar de forma prática a utilização de recursos audiovisuais como ferramenta de ensino e extensão, além de desenvolver competências relacionadas à organização de conteúdo, domínio de linguagem digital e uso de tecnologias de edição.

No âmbito pedagógico, os estudantes relataram que o processo de criação contribuiu para fortalecer autonomia, criatividade e capacidade de síntese, habilidades fundamentais tanto para a formação acadêmica quanto para a atuação profissional. Essa perspectiva dialoga com FREIRE (1996), ao destacar que a educação deve estimular a autonomia e a criticidade dos sujeitos. A adaptação dos conteúdos para formatos curtos e dinâmicos exigiu planejamento e clareza na transmissão das informações, aproximando teoria e prática.

Quanto ao impacto digital, os vídeos alcançaram significativa repercussão na plataforma *TikTok*. Destacam-se o vídeo “Cozinha Internacional I – França”, com 892 visualizações, e “Panificação I”, com 786 visualizações. O vídeo humorístico intitulado “Cozinhar é terapia: ter a pia cheia de louça” obteve 826 visualizações, demonstrando o potencial de engajamento por meio de conteúdos leves e divertidos. Outros materiais registraram entre 297 e 692 visualizações, evidenciando o interesse do público pela rotina acadêmica do Curso (TIKTOK GASTRONOMIA UFPEL, 2025).

Adicionalmente, foi produzido um vídeo sobre o Jantar Agroecológico, ação extensionista vinculada ao Projeto Gastronomia em Extensão em parceria com a Cooperativa Teia Ecológica, que reforçou a importância da integração entre ensino, extensão e comunidade. Esse registro audiovisual ampliou a divulgação da atividade e fortaleceu o reconhecimento social da Gastronomia como área comprometida com a sustentabilidade e a valorização dos produtos locais.

Assim, a ação fortaleceu a visibilidade institucional do Curso de Gastronomia e dos projetos envolvidos, especialmente o Projeto de Permanência e Qualidade Acadêmica, comprovando o potencial das mídias digitais como instrumentos de extensão universitária, difusão do conhecimento e aproximação entre universidade e sociedade.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A experiência da série “Um dia com a Gastro” demonstrou que a produção audiovisual pode ser um recurso pedagógico e extensionista eficaz para aproximar a comunidade acadêmica e externa da rotina do Curso de Gastronomia da UFPel. O relato das etapas de concepção, produção e divulgação dos vídeos evidenciou que a ação contribuiu para o desenvolvimento de competências estudantis, tais como autonomia, criatividade e criticidade, em consonância com a perspectiva freireana de formação crítica.

Os resultados digitais, expressos no alcance e engajamento dos vídeos no *TikTok*, confirmaram a relevância da iniciativa como estratégia de visibilidade institucional e como instrumento de difusão do conhecimento gastronômico. Além disso, a inclusão do vídeo sobre o Jantar Agroecológico ampliou o impacto extensionista, reforçando a integração entre ensino, extensão e comunidade.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBANO, J.; NETO, J. M. P. **Food styling: manual prático de produção gastronômica para foto e vídeo**. São Paulo: Senac São Paulo, 2018.
- FREIRE, P. **Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- KOSSOY, B. **Fotografia e história**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.
- TIKTOK. GASTRONOMIA UFPEL. **TikTok: @gastronomiaufpel**, 2025. Acessado em: 24 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@gastronomiaufpel>

## DA BANCADA AO FEED: O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E INTERAÇÃO SOCIAL PARA GRUPOS DE PESQUISA

**GIOVANNA BRANDÃO MOREIRA<sup>1</sup>; FELIPE SILVA PEREIRA<sup>2</sup>; VANESSA PIRES DA ROSA<sup>3</sup>; ELIZANGELA GONÇALVES DE OLIVEIRA<sup>3</sup>; JOSIANE FREITAS CHIM<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gibrandaomoreira@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – felipepereira3@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – vprosa\_rs@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – elizangelagoliveira1@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – josianechim@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e a popularização das redes sociais, a divulgação científica passou por uma transformação significativa. Antigamente restrita a periódicos acadêmicos e conferências, a comunicação da ciência agora alcança um público muito mais amplo e diversificado. Para grupos de pesquisa, especialmente nas áreas de química e química de alimentos, as redes sociais se tornaram ferramentas cruciais para a disseminação de conhecimento, o combate à desinformação e a construção de uma conexão direta com a sociedade.

A comunicação visual é um dos pilares dessa nova abordagem, e plataformas como o Instagram oferecem um ambiente ideal para isso. Em vez de artigos técnicos complexos, os laboratórios podem criar conteúdo visualmente atraente, como infográficos, vídeos curtos e fotos do dia a dia da pesquisa. Isso torna temas como a composição química de novos produtos ou os processos de desenvolvimento de alimentos inovadores mais acessíveis e compreensíveis para o público em geral. A criação de um diálogo com a sociedade permite que os pesquisadores não apenas informem sobre seus avanços, mas também respondam a perguntas, esclareçam dúvidas e combatam "mitos" populares sobre a ciência dos alimentos e a química em geral (Danjou, 2020; Salvino da Silva & Leite, 2024).

Além disso, a presença em redes sociais aumenta a visibilidade e o impacto das pesquisas. Estudos mostram que artigos divulgados nessas plataformas tendem a ter mais citações, indicando que a comunicação digital pode ser um fator preditor do impacto acadêmico de um trabalho (Salvino da Silva & Leite, 2024). A capacidade de alcançar um público global e de interagir com outros cientistas e interessados, independentemente de barreiras geográficas, fortalece o ecossistema de pesquisa, facilitando colaborações e a troca de ideias (Hurst, 2018). Em suma, as redes sociais não são apenas um complemento, mas uma parte integrante da estratégia de comunicação de grupos de pesquisa modernos. O objetivo deste trabalho é criar e gerenciar um perfil no Instagram (@dnpagro) para o Grupo de Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos Agroindustriais, com a finalidade de divulgar suas atividades e resultados de pesquisa.

### 2. METODOLOGIA

A estratégia de divulgação científica para o perfil @dnpagro no Instagram foi estruturada em etapas para garantir a qualidade das informações e o engajamento do público. Inicialmente, a equipe, em conjunto com as

coordenadoras do projeto, definiu a identidade visual do perfil, alinhando-a à proposta do grupo.

O processo de criação das publicações envolve uma colaboração entre os estudantes do projeto e começa com a escolha do tema. Em seguida, é realizada uma pesquisa aprofundada em artigos científicos e outras fontes confiáveis para embasar o conteúdo. Após a análise dos dados, as informações mais importantes são selecionadas para a elaboração dos posts.

Para tornar o conteúdo acessível e interessante, a equipe utiliza o software de design gratuito Canva para criar posts visualmente atraentes, que incluem ilustrações e artes gráficas. O objetivo é proporcionar uma leitura fluida e envolvente, alinhada aos padrões de interação do Instagram. Antes da publicação, cada post passa por uma revisão detalhada para garantir a coesão textual, a correção gramatical e a precisão das informações. Somente após essa aprovação, o conteúdo é divulgado, alcançando o público-alvo de forma eficaz. Esse método garante que a comunicação científica, por mais complexa que seja, seja transmitida de maneira clara e dinâmica (SILVA, 2009).

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Atualmente, o perfil @dnpagro conta com 98 seguidores e 5 publicações, sendo eles posts didáticos acerca das rotinas de trabalho e as temáticas estudadas no laboratório. Deve-se enfatizar que a conta no Instagram, contabiliza um menor número de seguidores, devido a sua criação recente, e quando comparados a outros perfis da mesma área, possui um ótimo alcance (Figura 1). A partir disso, é possível afirmar que as publicações apresentaram um bom desempenho para o tamanho do perfil.

Imagen 1: Perfil no Instagram do @dnpagro



Imagen 1: QRcodePerfil no Instagram do @dnpagro



**@DNPAGRO**

O perfil [@dnpagro](https://www.instagram.com/dnpagro) consegue alcançar um público amplo e diversificado, que inclui estudantes, pesquisadores e profissionais da área. Criando uma canal de comunicação direto e facilitando a troca de conhecimento, através da postagem regular de conteúdos científicos, notícias de pesquisas e novas tecnologias, o perfil contribui para a divulgação dessas informações, tornando mais acessível para o público. O uso da plataforma também se mostra eficaz para a retenção e o engajamento estudantil, pois perfis que compartilham informações relevantes e estimulam a participação ativa tendem a influenciar positivamente o interesse e a continuidade dos alunos em atividades acadêmicas (Coutinho, 2019).

O uso do *Instagram* como ferramenta de comunicação acadêmica em áreas aplicadas como o desenvolvimento de novos produtos e análises físico-químicas aproxima a teoria da prática, tornando o conhecimento mais dinâmico e acessível. O formato visual e interativo da plataforma permite uma conexão mais forte com o público jovem, que se sente mais motivado a consumir conteúdo científico apresentado de maneira atraente (Pereira, 2020). A influência do [@dnpagro](https://www.instagram.com/dnpagro) pode ser amplificada através de parcerias com outras instituições e da realização de eventos integrados, como lives e webinars. O perfil contribui para a construção de uma identidade acadêmica digital, fortalecendo a rede de contatos e a transferência de conhecimento para além do ambiente universitário.

Embora o potencial seja grande, ainda existem desafios, como a necessidade de medir o impacto real e garantir a produção consistente de conteúdo de qualidade. Em suma, o perfil [@dnpagro](https://www.instagram.com/dnpagro) representa uma estratégia moderna e eficaz para fortalecer a comunidade acadêmica, promovendo a divulgação científica e a integração entre acadêmicos, pesquisadores e profissionais do setor agropecuário. A gestão estratégica da plataforma transforma a comunicação unidirecional em uma via de mão dupla, que gera participação ativa e favorece a construção colaborativa do saber.

#### **4. CONSIDERAÇÕES**

Em suma, o perfil [@dnpagro](https://www.instagram.com/dnpagro) no Instagram se estabelece como uma ferramenta moderna e eficaz para a comunicação científica, superando os limites do ambiente acadêmico. Ao transformar conteúdo complexo em posts visuais e acessíveis, o perfil não apenas divulga pesquisas e inovações em agropecuária, mas também constrói uma comunidade engajada. Essa estratégia contribui para o fortalecimento da identidade digital do grupo de pesquisa, promovendo a interação direta com o público, incentivando o interesse de estudantes e facilitando a transferência de conhecimento de forma dinâmica e colaborativa.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- COUTINHO, Ana. Redes sociais digitais e suas implicações para a aprendizagem. In: ALMEIDA, Roberto (Org.). *Tecnologias digitais na educação*. São Paulo: Ed. Pedagógica, 2019. p. 101-120
- DANJOU, P. Distance Teaching of Organic Chemistry Tutorials During the COVID-19 Pandemic: Focus on the Use of Videos and Social Media. *Journal of Chemical Education*, v. 97, n. 9, p. 3168-3171, 2020.
- HURST, G. A. Learning chemistry using the Snapchat platform, especially the Story feature to share things related to chemistry in everyday life. *Technology, Pedagogy and Education*, v. 29, n. 1, p. 35-55, 2018.
- PEREIRA, João; SILVA, Maria. Uso das redes sociais para a divulgação científica em universidades brasileiras. *Revista Brasileira de Comunicação Científica*, v. 5, n. 2, p. 45-60, 2020.
- SILVA, J. W. S.; LEITE, B. S. Investigando a divulgação científica da química em páginas do Instagram: um estudo de caso. *Ensino de Ciências e Tecnologia em Revista – ENCITEC*, v. 14, n. 1, 2024
- SILVA, R. R. da. **O design gráfico na divulgação científica**. 2009. Tese (Doutorado em Design) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

## REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE DIFUSÃO DE INFORMAÇÕES TÉCNICAS EM BOVINOCULTURA DE CORTE

**DIULIANA FONSECA DA FONSECA<sup>1</sup>; BRUNO AUGUSTO OSTERKAMP BLOEMKER<sup>2</sup>; EDUARDO SCHMITT<sup>3</sup>; CÁSSIO CASSAL BRAUNER<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – diuliana.zootecnia24@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – bruno\_96\_no@hotmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – schmitt.edu@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – cassiocb@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Plataformas de redes sociais online, como Instagram, Twitter e Facebook, desempenham um papel significativo na disseminação de informações em tempo real (HU et al., 2022). Nos últimos anos, a expansão dessas ferramentas transformou profundamente a forma como as pessoas interagem, compartilham conteúdos e constroem conhecimento. Embora inicialmente criadas para comunicação e entretenimento, as redes sociais assumiram um papel imprescindível na aprendizagem informal, tornando-se canais de difusão de informações que ultrapassam os limites das instituições formais de ensino (SANTOS, 2021).

A aprendizagem informal refere-se ao processo de aquisição de conhecimento fora do ambiente escolar ou universitário, estando diretamente ligada às experiências cotidianas, aos interesses pessoais e ao uso das tecnologias digitais, como as mídias sociais (COSTA, 2019). Esse processo reflete mudanças sociais e tecnológicas que influenciam o comportamento de indivíduos e grupos na era digital.

A rápida expansão dos smartphones e da internet móvel também transformou comunidades rurais, favorecendo a ampla adoção de plataformas digitais (DEICHMANN et al., 2016). Diferente dos serviços tradicionais de extensão, baseados em comunicação unidirecional, as redes sociais permitem interações de via dupla, promovendo maior engajamento e troca de experiências (RAKESH et al., 2025). Nesse sentido, elas consolidaram-se como ferramentas transformadoras na extensão rural, possibilitando o compartilhamento de conhecimento em tempo real e garantindo acesso imediato a informações críticas, como manejo de pragas, atualizações climáticas e tendências de mercado, diretamente de especialistas e colegas (BEHERA et al., 2025).

Diante desse contexto, criou-se a página no Instagram @bovcorte, com o objetivo de difundir conhecimentos relacionados à bovinocultura de corte. O projeto surgiu em 2020, durante a pandemia, como alternativa para levar informações atualizadas a produtores e estudantes em um momento em que os encontros presenciais estavam restritos, fortalecendo a troca de experiências no ambiente digital. Portanto, o presente trabalho tem como objetivo analisar os dados obtidos a partir dessa página, evidenciando o uso das redes sociais como ferramentas de difusão de informações técnicas em bovinocultura de corte.

### 2. METODOLOGIA

O presente estudo configura-se como uma pesquisa de natureza qualitativa e descritiva, fundamentada no estudo de caso da página @bovcorteufpel, criada na rede social Instagram em 2020. Segundo GIL (2017), a pesquisa descritiva tem

como objetivo principal relatar e interpretar fatos observados sem que haja interferência do pesquisador, sendo amplamente utilizada em investigações no campo das ciências sociais aplicadas. Da mesma forma, a abordagem qualitativa se mostra adequada, uma vez que, conforme MINAYO (2001), busca compreender fenômenos sociais em profundidade, considerando significados, interações e contextos.

A investigação foi organizada em três etapas principais. A primeira etapa consistiu na caracterização da página @bovcorteufpel, contemplando informações sobre sua criação, objetivos e categorias de conteúdo produzidas, como publicações técnicas, curiosidades, manejo, bem-estar animal e mercado. Essa caracterização é essencial, pois os processos de difusão da informação em redes sociais dependem fortemente da forma como os conteúdos são estruturados e organizados, influenciando diretamente o alcance e o engajamento dos usuários (LI et al.; 2017). De maneira semelhante, destaca-se que a configuração e o formato das informações determinam a rapidez e a efetividade da disseminação em ambientes digitais e físicos, o que justifica a análise detalhada do perfil em estudo (QIAN et al.; 2012).

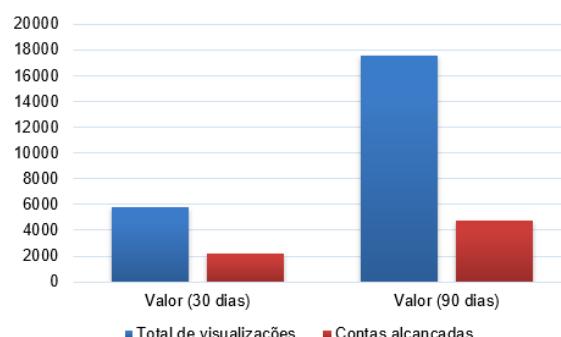
Na segunda etapa, realizou-se a coleta de dados, por meio das métricas disponibilizadas pela própria plataforma Instagram. Foram extraídos dados referentes ao desempenho de *reels*, *stories* e publicações no *feed*, considerando dois períodos distintos de análise, 30 dias e 90 dias, com base nos registros obtidos em 12 e 13 de agosto de 2025. As métricas contemplaram o total de visualizações, número de contas alcançadas e percentual de engajamento por formato de conteúdo. As informações coletadas foram sistematizadas em planilhas do Microsoft Excel, ferramenta que possibilitou a organização e estruturação dos dados. Posteriormente, foram elaborados gráficos comparativos que evidenciaram o desempenho da página nos diferentes períodos avaliados.

Na terceira etapa, realizou-se a análise dos dados, de caráter interpretativo e descriptivo. Dessa forma, a análise não se limitou à apresentação dos números, mas buscou compreender como o perfil @bovcorte contribui para a democratização da informação técnica e para a aproximação entre universidade, produtores e estudantes.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

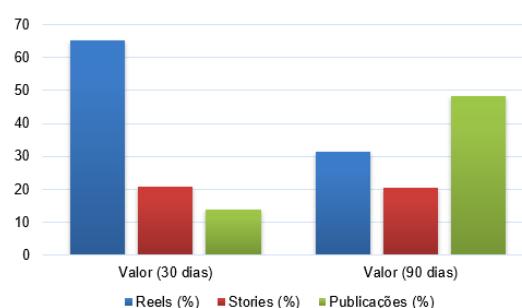
Ao analisar o desempenho em termos de visualizações e contas alcançadas nos períodos de 30 e 90 dias (Figura1), observa-se que, em 30 dias, a página registrou 5.837 visualizações e alcançou 2.237 contas. Já no período de 90 dias, esses números aumentaram significativamente, totalizando 17.570 visualizações e 4.764 contas alcançadas, o que evidencia a consolidação da página e a ampliação do público.

Figura 1: Desempenho de alcance e visualizações nos períodos 30 e 90 dias.



São apresentados na Figura 2, os resultados do comparativo de conteúdos (*Reels*, *Stories* e publicações no *feed*) nos períodos analisados. Observa-se que, em 30 dias, os reels representaram 65,3% do conteúdo total publicado, seguidos pelos stories com 20,8% e pelas publicações no feed com 13,8%. Já no período de 90 dias, houve uma mudança significativa, os reels corresponderam a 31,3%, os stories mantiveram-se estáveis em 20,3%, enquanto as publicações aumentaram para 48,3%. Esses resultados sugerem que os reels têm maior alcance imediato, enquanto as publicações se consolidam como formato mais duradouro e eficaz para conteúdos técnicos.

Figura 2: Comparativo de conteúdos reels, stories e publicações nos períodos de 30 e 90 dias.



Esses dados demonstram que a página tem alcançado resultados positivos, ampliando o número de visualizações e de contas impactadas pelas postagens. Além disso, permitem identificar quais formatos de conteúdo apresentam maior efetividade na difusão de informações. O monitoramento de métricas digitais é fundamental para avaliar a eficiência das mídias sociais na extensão rural, pois possibilita compreender quais estratégias de comunicação produzem maior engajamento (BEHERA et al.; 2025).

A iniciativa tem contribuído diretamente para a difusão de informações técnicas sobre a bovinocultura de corte, promovendo a integração entre conhecimento científico e prática produtiva. Também possibilitou aos estudantes envolvidos o desenvolvimento de competências em comunicação digital, análise de dados e extensão universitária, ampliando sua formação acadêmica e profissional. Portanto, as redes sociais transformam a maneira de produzir e compartilhar conhecimento, constituindo-se em espaços fundamentais de aprendizagem informal e democratização da informação (REZENDE et al. 2024).

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A iniciativa contribuiu para a difusão de informações técnicas sobre bovinocultura de corte, favorecendo o manejo e atualização de produtores. Para os estudantes, possibilitou o desenvolvimento de competências em comunicação científica, análises de métricas digitais e prática extensionista. Assim, confirma-se a relevância das redes sociais na democratização da informação e na integração entre universidade e sociedade.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RAKESH, Rayirala et al. social media for Agricultural Extension: **Engagement, Strategies and Analytics.** 2025. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/390453878\\_Chapter\\_13\\_Social\\_Media\\_for\\_Agricultural\\_Extension\\_Engagement\\_Strategies\\_and\\_Analytics](https://www.researchgate.net/publication/390453878_Chapter_13_Social_Media_for_Agricultural_Extension_Engagement_Strategies_and_Analytics). Acesso em: 16 ago. 2025.

PREC UFPel. Pró-Reitoria de Extensão e Cultural. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/prec/sobre-a-prec/extensao-universitaria/>. Acesso em: 17 ago. 2025.

HU, Y.; ZHANG, J.; LI, W. Real-time information diffusion on online social networks: a review. *Information Processing & Management*, v. 59, n. 2, p. 102-123, 2022.

BEHERA, B.; SAHOO, S.; DAS, M. Role of social media in agricultural extension: opportunities and challenges. *Journal of Rural Development*, v. 44, n. 1, p. 45-58, 2025.

COSTA, M. C. Aprendizagem informal e redes sociais digitais: novas possibilidades educativas. *Revista Educação e Tecnologia*, v. 23, n. 2, p. 101-115, 2019.

DEICHMANN, U.; GERTLER, P.; MOBARAK, A. Do mobile phones and the internet foster inclusive growth? Evidence from rural communities. *World Development*, v. 78, p. 34-50, 2016

SANTOS, R. F. Redes sociais e aprendizagem informal: uma análise crítica. *Revista Brasileira de Educação*, v. 26, n. 68, p. 1-20, 2021.

REZENDE, Luciano Oliveira; SILVA, Ana Cristina Gomes; OLIVEIRA, Leandro Gilson de; et al. O impacto das redes sociais na construção do conhecimento: um estudo sobre aprendizagem informal. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, v. 26, n. 10, ser. 3, p. 24-35, out. 2024. Disponível em: <https://www.iosrjournals.org/iosr-jbm/papers/Vol26-issue10/Ser-3/C2610032435.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2025.

GIL, A. C. Tipos de pesquisa. In: GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017. cap. 3, p. 27-28. Disponível em: <https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2025

MINAYO, M. C. S. *Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social* 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001. cap. 1, p. 9-29. Disponível em: [https://www.faed.udesc.br/arquivos/id\\_submenu/1428/minayo\\_2001.pdf](https://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/1428/minayo_2001.pdf). Acesso em: 17 ago. 2025.

LI, R.; WANG, S.; LIU, F. *A survey on information diffusion in online social networks: models and methods*. *Information, Basel*, v. 8, n. 4, p. 118, 2017. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2078-2489/8/4/118>. Acesso em: 17 ago. 2025.

QIAN, Y.; YAGAN, O.; ZHANG, J.; NISHIMURA, R. *Diffusion of real-time information in social-physical networks*. In: IEEE INFOCOM, 2012, Orlando. Proceedings Orlando: IEEE, 2012. p. 2786-2790. Disponível em: <https://users.ece.cmu.edu/~oyagan/Conferences/real-time.pdf>. Acesso em: 17 ago. 2025.

## CONSTITUIÇÃO DE UM OBSERVATÓRIO DE CONTROLE SOCIAL: UM RELATO DE EXPERIÊNCIAS

GUSTAVO MACEDO DOS SANTOS<sup>1</sup>; GABRIEL BRUNO DINIZ<sup>2</sup>; VITÓRIA AMORIM BLAAS<sup>3</sup>; EMILLY DA GAMA MACHADO<sup>4</sup>; ANA JULIA SILVEIRA COUTO<sup>5</sup>; PATRÍCIA SCHNEIDER SEVERO<sup>6</sup>.

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – santos.gustavomacedo@outlook.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gdbdocumentos@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – viblaas@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – emillymhss@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anajusilveiracouto@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – patricia.severo@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A Constituição Federal de 1988 estabelece que o controle da administração pública deve ser realizado por órgãos do próprio Estado (controle institucional) e pela sociedade (controle social), com espaços para que o cidadão interessado se aproxime da administração pública, principalmente, na arrecadação e na aplicação dos recursos públicos (BRASIL, 1998).

Já a Lei Complementar nº 101/00 traz que o incentivo à participação popular e para a realização de audiências públicas durante os processos de elaboração e de discussão dos planos, lei de diretrizes orçamentárias e orçamentos é um dos meios pelo qual a transparência da gestão fiscal é assegurada (BRASIL, 2000).

Para SILVA (2002), o controle social é um importante instrumento de fortalecimento da cidadania, contribui para aproximar a sociedade do Estado e abre oportunidades aos cidadãos de acompanharem as ações dos governos e cobrarem uma boa gestão pública.

Para o exercício do controle social, os principais instrumentos disponíveis são: as audiências públicas, os conselhos de política pública, os observatórios sociais, os orçamentos participativos e as ouvidorias. Especialmente em relação às audiências públicas, segundo FIGUEIREDO e SANTOS (2013) trata-se de um meio democrático de manifestação de opinião, o qual deve possibilitar aos indivíduos expressarem suas aprovações ou rejeições ao assunto que está sendo discutido. Estes instrumentos e a efetiva participação popular são responsáveis pelo assessoramento e pelo suporte à atuação dos gestores públicos na formulação e na execução de políticas públicas.

Com base nestes argumentos e de análise participante em audiências públicas na Câmara de Vereadores de Pelotas/RS, realizadas em atividades de ensino do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), especificamente na disciplina de Contabilidade no Setor Público, foi criado o projeto unificado, com ênfase em extensão, denominado “Observatório de Controle Social”, cujo objetivo é constituir um espaço de participação do cidadão na gestão pública da cidade de Pelotas.

Neste sentido, o objetivo deste resumo expandido é apresentar um relato das experiências obtidas pelos membros do Observatório de Controle Social da UFPEL. Este trabalho justifica-se pelo compartilhamento das experiências adquiridas no contexto do projeto, as quais podem servir de auxílio para outras iniciativas, bem como pelo fato de que este é um espaço importante de registro e de divulgação das ações promovidas e realizadas pela Universidade.

## 2. METODOLOGIA

O Observatório de Controle Social da UFPEL é constituído, atualmente, por um grupo de professores (as), discentes dos cursos de graduação em Gestão Pública e em Administração e do Mestrado Profissional em Administração Pública em Rede Nacional da UFPEL, além de profissionais externos à Universidade, tais como contadores das Secretarias Municipais da Fazenda, da Saúde e da Assistência Social de Pelotas e do Instituto de Previdência dos Servidores Públicos Municipais de Pelotas (PrevPel). A partir de encontros semanais, o Observatório atua no mapeamento, na divulgação, na estratificação de dados apresentados e no incentivo à participação da população pelotense em audiências públicas na cidade de Pelotas.

Dentre as atividades desenvolvidas pelo projeto, destaca-se a participação em audiências públicas, como a de Demonstração do Cumprimento das Metas Fiscais e à audiência de apresentação da proposta do Plano Plurianual (PPA) de Pelotas. Além da participação em audiências, o Observatório também realiza visitas técnicas aos órgãos públicos, como na Secretaria Municipal da Fazenda de Pelotas, promove palestras e rodas de conversa, realiza pesquisas junto ao Portal da Transparência e demanda informações à ouvidoria do município.

A criação de conteúdos informativos e a divulgação das audiências é realizada, até o momento, através do perfil do Observatório de Controle Social na rede social Instagram. Atualmente, o grupo desenvolve uma ação do projeto que visa a criação de um canal no YouTube e de um programa de podcasts, os quais poderão ser transmitidos em plataformas digitais e/ou na rádio da UFPEL.

Ademais, no primeiro semestre de 2025 foi desenvolvida uma pesquisa com o objetivo de analisar a transparência e a participação social na gestão pública de Pelotas e contribuir para uma reflexão sobre o conhecimento e a utilização de ferramentas de controle social. Metodologicamente caracteriza-se como qualiquantitativa, contendo 28 questões abertas e fechadas, aplicada através de entrevistas a uma amostra de 174 residentes em diversas regiões de Pelotas e registrada em formulário online (Google Forms). Como continuidade, prevê-se a sua aplicação, no segundo semestre de 2025, à comunidade acadêmica do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais da UFPEL, para fins de comparabilidade com os resultados da população em geral. Espera-se, também, reaplicar a mesma pesquisa, anualmente, a fim de realizar uma análise temporal.

Parte-se da premissa de que a transparência estimula a participação social e a informação divulgada aproxima a sociedade da gestão exercida pelos seus representantes. Entende-se também que, a partir do momento que os próprios discentes da disciplina de Contabilidade no Setor Público e os membros do Observatório de Controle Social aplicam a pesquisa, o conhecimento é absorvido por estes e disseminado à população, a qual se aproxima da Universidade e dos debates por ela gerados, realizando assim, uma ação conjunta de ensino, de pesquisa e de extensão.

Além disso, para monitoramento de seu progresso, o projeto utiliza diversos indicadores, como por exemplo: quantidade de participantes do projeto em audiências públicas, número de pessoas atingidas pelos materiais produzidos e compartilhados, número de publicações científicas e de redes sociais, etc.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A concepção da ideia e o amadurecimento do projeto se deu, respectivamente, em dezembro de 2023, a partir de uma visita técnica na Secretaria

da Fazenda de Pelotas e em março de 2024, com a participação em uma Audiência Pública de Demonstração do Cumprimento das Metas Fiscais realizadas na Câmara de Vereadores de Pelotas, onde nesta oportunidade foi possível constatar o baixo número de participantes nas audiências e o pouco debate gerado a partir dos dados publicados. A partir destas constatações e das discussões em sala de aula, surgiu a ideia de criar um projeto unificado, com ênfase em extensão, cujo objetivo é constituir um Observatório de Controle Social, como espaço de participação do cidadão na gestão pública da cidade de Pelotas.

Apesar de algumas atividades, de caráter exploratório, terem sido conduzidas no âmbito das turmas da disciplina de Contabilidade no Setor Público no ano de 2023 e 2024, o Observatório começou as suas operações de maneira independente a partir de setembro de 2024. Inicialmente, o grupo, formado pela docente coordenadora, discentes e profissionais externos à universidade, realizou reuniões a fim de planejar as atividades do projeto.

Preliminarmente, discutiu-se a ideia da criação de um perfil na rede social Instagram para o Observatório, com objetivo de ser um espaço de divulgação de conteúdos informativos relacionados ao controle social, registro das atividades do projeto, convites às audiências públicas e incentivo à participação cidadã na gestão pública do município de Pelotas. O perfil do Observatório de Controle Social no Instagram foi criado no mês de abril de 2025 e, desde então, vem sendo alimentado constantemente com postagens relacionadas às atividades do projeto.

Para realizar a divulgação de conteúdos informativos relativos ao controle social e às finanças públicas, o Observatório realiza, através de estudos prévios, a confecção de postagens onde se apresentam as informações com uma linguagem simplificada e comprehensível, visto que o caráter técnico empregado nos documentos dificulta o entendimento por grande parte das pessoas, inclusive dos próprios membros do poder legislativo municipal (conforme mencionado por alguns vereadores nas audiências que o grupo participou), o que acaba restringindo o acesso às informações, muitas vezes, apenas aos profissionais da contabilidade.

Destaca-se algumas atividades desenvolvidas pelo Observatório, tais como: a participação e a apresentação de trabalho na 46ª Semana Riograndina de Enfermagem, realizada na Universidade Federal do Rio Grande (FURG), no dia 09/05/2025, a participação e a apresentação de trabalho no 43º Seminário de Extensão Universitária da Região Sul (SEURS), realizado na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) em julho de 2025 e a promoção da palestra intitulada “A história da educação fiscal no Rio Grande do Sul: uma avaliação de sua efetividade na formação de cidadãos” ministrada no dia 02/07/2025 pela Contadora da Secretaria Municipal de Assistência Social de Pelotas e mestrandra em Educação pela UFPEL, Silvia da Costa Tambara.

O Observatório também realizou visita técnica na Secretaria Municipal da Fazenda de Pelotas (em 07/05/25) e participou de duas audiências públicas: no dia 28/05/2025, audiência de demonstração do cumprimento das metas fiscais do primeiro trimestre de 2025, realizada na Câmara de Vereadores de Pelotas e, no dia 25/07/25, audiência pública de apresentação da proposta do Plano Plurianual (PPA), realizada no Paço Municipal de Pelotas. Após cada evento foram elaboradas e publicadas releases, elencando os principais tópicos abordados e a descrição das atividades, de forma a relacionar o ensino, a pesquisa e a extensão universitária.

Conforme relatos dos discentes, a experiência de participação nas audiências públicas e nas palestras foram oportunidades de aprendizado, em especial por tratar das finanças públicas e exemplificar como os recursos são geridos. Infelizmente, foi possível perceber, a partir da participação nas audiências e da

pesquisa aplicada, que há falta de engajamento por parte da comunidade pelotense e, até mesmo, dos membros do poder legislativo que, em sua maioria, se fizeram ausentes nas ocasiões. Isso reflete diretamente no desencorajamento da população a participar destes espaços, que sente que suas demandas não serão ouvidas devido à falta de comprometimento por parte de seus representantes.

A participação na visita técnica foi igualmente percebida de maneira positiva pelos discentes, que a entenderam como uma oportunidade de aproximação com os “bastidores” da gestão pública municipal. Este tipo de evento permite aos futuros profissionais uma melhor compreensão dos desafios enfrentados na gestão pública, em especial as dificuldades relacionadas à administração dos recursos limitados, as demandas crescentes da população e a necessidade de prestar contas transparentes e em acordo com a legislação de responsabilidade fiscal.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto Observatório de Controle Social da UFPEL espera seguir promovendo um espaço de participação do cidadão na gestão pública da cidade de Pelotas. Entende-se como principais contribuições o impacto direto na comunidade e nos discentes da UFPEL, através das práticas extensionistas, da construção de um espaço de pesquisa e diálogos, os quais promovam a cultura de participação popular na gestão dos recursos públicos, proporcione um melhor entendimento de como a contabilidade pública exerce o controle social, maior acesso e capacidade de compreensão da prestação de contas e um fortalecimento da relação da Universidade com a sociedade local e com o setor público municipal.

Entretanto, observa-se limitações que o projeto tem em relação a atuação local e a possibilidade de contribuição, especialmente em relação a maior efetividade do controle social por parte dos cidadãos e maior entendimento do poder da sua participação na elaboração de políticas públicas que atendam às necessidades da comunidade, questões estas que merecem destaque nas ações presentes e futuras.

Como continuidade das ações do projeto e na busca pela inovação nas formas de comunicação adotadas, visa-se a criação de um canal no YouTube, bem como um programa de podcasts, os quais poderão ser transmitidos em plataformas digitais e/ou na rádio da UFPEL e atingirem, assim, um número maior de pessoas.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Presidência da República, Brasília, DF, 05 out. 1998. Acesso em: 15 ago. 2025. Online. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm).

**BRASIL. Lei Complementar 101, de 04 de maio de 2000.** Diário Oficial da União, Brasília, DF, 04 mai. 2000. Acesso em: 15 ago. 2025. Online. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/lcp/lcp101.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp101.htm).

**FIGUEIREDO, Vanuza da Silva; SANTOS, Waldir Jorge Ladeira dos.** Transparência e controle social na administração pública. **Revista Temas de Administração Pública, São Paulo**, v. 8, n. 1, p. 30-45, fev., 2013.

**SILVA, F. C. DA C..** Controle social: reformando a administração para a sociedade. **Organizações & Sociedade**, v. 9, n. 24, p. 115–137, mai., 2002.

## DIVERSIDADE NAS ORGANIZAÇÕES: CONHECENDO UM POUCO MAIS SOBRE O TEMA A PARTIR DE UMA AÇÃO DE EXTENSÃO.

**JANINE PINZ**<sup>1</sup>; **ANA LAURA DE SOUSA PEREIRA**<sup>2</sup>; **ILDIANE MEWS DE OLIVEIRA**<sup>3</sup>; **ERICA BEATRIZ HARTWIG**<sup>4</sup>; **RAPHAELA LEITE DA SILVA**<sup>5</sup>;  
**FRANCIELLE MOLON DA SILVA**<sup>6</sup>;

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – janinepinz@yahoo.com.br*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anasousa135555@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ildianeoliveira517@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ericahartwig.adm@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – raphaelaleite2004@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – framolon@yahoo.com.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A diversidade, basicamente, é a variedade de características que fazem cada pessoa ser única. Dentro de uma organização, ter diferentes tipos de pessoas não garante, por si só, um ambiente de trabalho bom e produtivo, o que faz toda a diferença é a inclusão, é importante lembrar que o objetivo não é só ter pessoas diferentes, mas sim representativos dos diferentes grupos de minorias sociais.

Ressalta-se, que a promoção da diversidade é um processo contínuo, que exige ações e políticas claras por parte das organizações, buscando criar um ambiente de trabalho onde todos se sintam valorizados e respeitados, segundo o Sebrae. A diversidade e a inclusão reconhecem, reforçam e valorizam as diferenças e similaridades entre as pessoas, que irão ajudar a atingir os objetivos organizacionais e individuais em uma proposta ganha-ganha. Organizações culturalmente diversas têm o potencial tanto para obter fortes vantagens competitivas como para serem disfuncionais. Inclusão significa que os membros de todos os grupos são tratados de forma justa, sentem-se incluídos, têm igualdade de oportunidades e são representados em todas as funções e níveis organizacionais (HOLVINO; FERDMAN E MERRILL-SANDS, 2004).

Considerando essas discussões, entendeu-se como importante compartilhar com a comunidade em geral alguns temas referentes a essa atuação. Nesse sentido, dentro do Projeto Unificado, com ênfase em pesquisa, intitulado “Diversidade nas Organizações: investigações e reflexões sobre os discursos e as práticas de gestão que reconhecem e promovem as diferenças”, se propôs a ação de extensão denominada “Documentos ilustrativos para compartilhar os resultados que forem sendo encontrados sobre as práticas que promovem e reconhecem a diversidade”, tendo como uma das intenções de elaborar documentos ilustrativos sobre as ações em prol da diversidade, a partir da criação e manutenção de uma página no Instagram (@projetodiversidade.ufpel).

O objetivo desse estudo é, portanto, apresentar os elementos que compõem essa ação de extensão, que está vigente, e apontar as contribuições percebidas pelas

alunas que integram a ação e se envolvem com a elaboração e divulgação dos materiais. Apresentando, dessa forma como as ações extensionistas podem contribuir com a construção e compartilhamento de conhecimentos produzidos na Universidade com a comunidade e ainda promover espaços de desenvolvimento e formação pessoal e profissional aos envolvidos, direta e indiretamente com a realização do projeto.

## 2. METODOLOGIA

Este estudo tem caráter qualitativo e descritivo, centrado na experiência de implementação e comunicação da ação de extensão Projeto Diversidade nas Organizações. O objetivo foi compreender como essa ação é realizada e de que forma é percebida pelas alunas envolvidas e pela comunidade alcançada.

A ação ocorre no Centro de Ciências Sócio-Organizacionais e mantém divulgação contínua no Instagram (@projetodiversidade.ufpel). Participaram desta etapa as alunas integrantes das duas frentes do projeto: (a) conteúdo/pesquisa, responsável pelo levantamento de temas e elaboração de textos, e (b) arte/postagem, responsável pela criação de cards e publicações.

Para coleta de dados desse resumo, foram utilizadas três fontes principais de informação: documentos internos da ação (pautas, roteiros de post, cronogramas e arquivos de arte); relatos de experiência das alunas, elaborados a partir de um roteiro comum (aprendizados, desafios, impacto na comunidade, relação teoriaprática e desenvolvimento pessoal/profissional); e análise das publicações do Instagram, considerando temas, formatos, objetivos de comunicação e indicadores visíveis de engajamento (curtidas e comentários).

Além dos registros internos, as alunas da frente de conteúdo também recorreram a materiais externos, como artigos, relatórios e documentos institucionais, que foram incorporados ao processo quando utilizados na produção.

Os dados foram organizados de forma categorial simples e sintetizados de modo descritivo. Nos documentos e relatos, as categorias seguiram os eixos do roteiro e os macro temas do projeto (diversidade racial, de gênero, PCD etc.). Já na análise do Instagram, as categorias combinaram tema, formato e objetivo comunicacional, permitindo identificar padrões de publicação e alinhamento da ação.

Todos os relatos foram produzidos com ciência e concordância das participantes, sem exposição de dados sensíveis de terceiros. As análises do Instagram utilizaram informações de acesso público.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A ação de extensão, intitulado como Projeto Diversidade, surgiu como uma iniciativa voltada a analisar como a discussão e a prática da diversidade estão sendo adotadas pelas organizações. Vinculado ao Centro de Ciências

Sócioorganizacionais, e sob a coordenação da Profª. Drª. Francielle Molon da Silva, a ação de extensão possui 149 publicações, e conta com 226 seguidores na rede social Instagram. Essa plataforma é utilizada para fortalecer o diálogo entre acadêmicos e a comunidade geral, no que se refere a assuntos dedicados a diversidade e inclusão de pessoas.

Nesse projeto, é realizada a pesquisa de diversos assuntos relacionados a diversidade e inclusão como: questões raciais, de gênero, sobre PCDs, entre outros; e a partir disso elabora-se materiais informativos que posteriormente serão postados na rede social do Instagram. Os conteúdos são variados como, por exemplo, indicações de filmes, séries, livros, desafios e vivências, marcos históricos, empecilhos para a igualdade e equidade, aspectos introdutórios, etc. O objetivo dessas postagens é sensibilizar a comunidade em geral e futuros profissionais.

Semanalmente são realizadas pesquisas sobre o tema, onde as diferentes participantes trazem sua visão e contribuição ao grupo, para que todos tenham acesso. A intenção da pesquisa pode surgir de maneiras diferentes como, por exemplo, curiosidades das participantes, temas em alta, assuntos delicados, compartilhamento de ideias, e etc. O surgimento e abordagem traz a forma genuína de cada integrante, que a partir de seu olhar e vivência, juntamente com a teoria, aborda temas tão relevantes para sociedade. A seguir, encontra-se a Figura 1 que representa algumas das postagens realizadas.

Figura 1: Extrato de Algumas publicações do Instagram  
 < projetodiversidade.ufpel > ...



Fonte: página no Instagram, 2025

As pesquisas realizadas são enviadas para a equipe de arte e postagens, onde cada participante realiza a arte através do seu entendimento da pesquisa. Posteriormente o trabalho de ambas as equipes, agora concentrada em uma

publicação, é submetido a rede social Instagram, podendo apresentar o formato de *reels*, *post* ou *stories*. A plataforma foi escolhida pelo amplo alcance da comunidade, possibilitando posts interativos que chama a atenção do leitor, proporcionando uma maior disseminação do projeto, principalmente dentro do público jovem e universitário.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A pesquisa evidencia que a ação de extensão analisada confirma a relevância das práticas de diversidade e inclusão nas organizações contemporâneas. A partir das experiências relatadas e das produções realizadas pelo Projeto Diversidade, fundamenta-se a iniciativa como um indicativo que corrobora com a importância de políticas que valorizem as diferenças, promovam a equidade e fortaleçam a consciência social no ambiente organizacional e comunitário.

A integração entre universidade, comunidade e organizações se mostra, nesse sentido, não apenas uma escolha, mas uma necessidade, uma vez que o compartilhamento de conhecimento e práticas inclusivas contribui para a formação de futuros profissionais mais conscientes e preparados para lidar com a pluralidade social.

Para complementar o estudo, sugere-se a ampliação dos levantamentos de dados sobre a efetividade das ações de diversidade no contexto organizacional brasileiro, considerando tanto os impactos positivos já identificados quanto os desafios que ainda limitam a construção de ambientes verdadeiramente inclusivos.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AQUINO ALVES, M e GALEÃO-SILVA, L.G. A crítica da gestão da diversidade nas organizações. **Revista de Administração de Empresas**, set 2004.  
<https://tinyurl.com/m34me8jy>

INSTAGRAM. **Projeto Diversidade | UFPEL Projeto Diversidade nas Organizações**. Acessado em 10 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://tinyurl.com/yr5257xw>

SEBRAE. **Diversidade nas Organizações**. Acessado em 10 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://tinyurl.com/2ym7yvpc>

TORRES, C.; PÉREZ NEBRA, **Diversidade e Inclusão nas Organizações**, 2014. Acessado em 10 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://tinyurl.com/274mkr5x>

## COMO ELABORAR UM GUIA PARA MÍDIAS SOCIAIS DA GRADUAÇÃO: EXPERIÊNCIA DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA

**GABRIEL BRUNO DINIZ<sup>1</sup>; JENNIFER GUTIERREZ<sup>2</sup>; JULIA CANDIA<sup>3</sup>; RUBIANI KLUG<sup>4</sup>; CAROLINE CASALI<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [gbddocumentos@gmail.com](mailto:gbddocumentos@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [jennifergutierrezfju@gmail.com](mailto:jennifergutierrezfju@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [juhcandia6@gmail.com](mailto:juhcandia6@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [rubianihellwigklug@gmail.com](mailto:rubianihellwigklug@gmail.com)

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – [carolcasali@gmail.com](mailto:carolcasali@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas conta, desde agosto de 2025, com um Guia para Site e Mídias Sociais, um documento que apresenta diretrizes para redação, conteúdo e design das publicações do Curso em seu site oficial e em seu perfil na mídia social Instagram. Este trabalho apresenta o processo de elaboração do Guia, a partir do projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”.

Barichello (2019) lembra que é nas práticas cotidianas de comunicação que a instituição universitária interage com seus interlocutores, constrói sua identidade e consequente legitimidade. As práticas de comunicação de uma universidade pública, por sua vez, precisam ser regidas pelos princípios da transparência, publicidade e impessoalidade e devem priorizar sempre o interesse público. Por isso, é importante estabelecer regramentos que possam qualificar a comunicação e garantir que o relacionamento entre universidade e comunidade será balizado pelo caráter institucional.

Vale ressaltar que a Constituição Federal de 1988 entende os cidadãos como indivíduos dotados de direitos e possuidores de qualificações para influenciarem as decisões do Governo (Medeiros; Chirnev, 2021). Sabendo disso, o presente trabalho relata a experiência dos integrantes do projeto de extensão e da comunidade do Curso de Gestão Pública na elaboração de seu Guia para Site e Mídias Sociais, por meio de processo democrático que resultou em um produto capaz de qualificar a relação da universidade com a sociedade, de forma técnica, segura e inclusiva.

### 2. METODOLOGIA

O Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública foi elaborado por nove estudantes do projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”, sob orientação da Profa. Dra. Caroline Casali. As pesquisas para a produção do Guia iniciaram em 2024, a partir do levantamento de textos semelhantes de outras instituições de ensino superior brasileiras. Foram pesquisados, especialmente, documentos relacionados a mídias sociais nos portais das 69 universidades federais do país.

Todos os documentos foram lidos e, deles, foram copiados trechos que pudessem interessar à comunicação do Curso de Gestão Pública. Esses trechos foram compilados em um documento de edição coletiva, disponível para colaboração dos membros do projeto de extensão. De março a maio de 2025, os

integrantes do projeto editaram o documento, que foi finalizado no início de junho de 2025.

Por ocasião da elaboração dessa minuta do Guia, também foram pensados layouts para as postagens. Os voluntários do projeto observaram todos os perfis das 69 universidades federais brasileiras no Instagram e selecionaram layouts que fossem relevantes para postagens do Curso. A partir desses layouts selecionados, integrantes do projeto criaram três propostas de design usando o Canva<sup>1</sup>. Essas propostas fizeram parte da minuta.

Em julho de 2025, a minuta do Guia originada no projeto de extensão foi avaliada por uma turma de estudantes do Curso de Gestão Pública, durante a disciplina optativa de Tópicos Avançados em Gestão Pública IX, ministrada pela professora Caroline Casali, também coordenadora do projeto.

Os estudantes leram coletivamente a minuta do Guia, destacaram pontos positivos do documento e sugeriram alterações. As sugestões dos estudantes foram apresentadas, posteriormente, aos participantes do projeto de extensão, que contemplaram as mudanças na redação final do documento.

Uma vez elaborado pelo projeto de extensão e revisado pelos estudantes de Gestão Pública, o Guia para Site e Mídias Sociais foi apreciado no Colegiado do Curso, em reunião realizada em 21 de agosto de 2025. Na ocasião, os professores presentes apontaram apenas duas alterações e elogiaram a produção do material, recomendando que fosse apresentado ao Conselho do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais, onde se encontra o Curso, para ser adotado na gestão de todas as mídias sociais da unidade.

Realizadas as alterações sugeridas pelos professores, o Guia foi publicado no site oficial do Curso de Gestão Pública, permanecendo disponível para fácil consulta e atualização no link: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/guia-para-site-e-midias-sociais-do-curso-de-gestao-publica/>.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A redação do Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública contemplou as seguintes seções: a) Descrição das mídias do Curso; b) Responsabilidade sobre site e mídias sociais do Curso; c) Públicos de interesse do Curso; d) Relacionamento em mídias sociais do Curso; e) Periodicidade das publicações; f) Formatos das publicações; g) Conteúdos das publicações; h) Linguagem e acessibilidade nas publicações; e i) Direito de imagem. A consideração de outros guias e manuais de universidades federais brasileiras, bem como a observação aos princípios da comunicação pública, foram essenciais em seu desenvolvimento.

O processo de elaboração do Guia iniciou no projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”, que visa promover diálogos da comunidade do Curso com a sociedade em geral. A ideia do projeto de extensão é, inicialmente, criar parâmetros para os processos comunicacionais do Curso via site e mídias sociais fundados na imprevisibilidade, transparência, publicidade, diversidade e inclusão e, depois, operacionalizar esses processos, especialmente pela gestão do perfil do Curso na mídia social Instagram.

---

<sup>1</sup> Plataforma online de design gráfico, disponível em: [https://www.canva.com/pt\\_br/](https://www.canva.com/pt_br/).

Depois de produzido no projeto de extensão, o Guia foi avaliado por discentes do Curso. Os estudantes da disciplina optativa de Tópicos Avançados em Gestão Pública IX, em sala de aula, realizaram a leitura coletiva da minuta do Guia. Então, divididos em grupos, foram convidados a discutir e dissertar sobre os pontos positivos do Guia e apontar necessidades de alterações ou complementações à sua redação.

Os pontos positivos mais ressaltados pela turma foram: o exercício de linguagem acessível e formal; a ancoragem na legislação atual (especialmente na Lei da Linguagem Simples); o compromisso com os princípios da comunicação pública, particularmente a impessoalidade; a preocupação com a acessibilidade; e a praticidade das orientações.

O Guia observa as diretrizes do Projeto de Lei da Linguagem Simples (PL 4399/2021), bem como a Política de Atendimento ao Usuário dos Serviços Públicos (Decreto nº 10.930/2022) e os Direitos do Usuário dos Serviços Públicos (Lei nº 13.460/2017), propondo o emprego de linguagem simples, respeitosa e impessoal. Nesse sentido, o Guia orienta para o uso de frases curtas, diretas e objetivas, com termos técnicos ou científicos traduzidos e explicados para a comunidade. Diante disso, os estudantes corroboram que “a linguagem deve seguir uma comunicação formal e não agressiva, por isso, a linguagem deve ser um ponto central” (Depoimento do Grupo 1).

Durante as discussões sobre o Guia, também foi enfatizada a observação da impessoalidade como ponto essencial. A impessoalidade é um princípio da administração pública que impõe que as atividades desenvolvidas no setor público não podem ser norteadas por interesses pessoais (Sá, 2014). O Guia prevê uma série de orientações sobre conteúdos e gestão de relacionamento em mídias sociais que vão ao encontro do respeito à impessoalidade. Por isso, um dos grupos de discentes destacou como ponto positivo o “comprometido com a comunicação pública: transparência, impessoalidade e interesse coletivo” (Depoimento do Grupo 2). Outro grupo observou ainda que “a adoção dessas diretrizes contribui para a construção de uma comunicação ética, transparente e alinhada com os princípios da universidade” (Depoimento do Grupo 3).

Em relação à acessibilidade, o Guia propõe a descrição das imagens publicadas, o uso de legenda em todos os vídeos e a participação de intérpretes de Libras em lives, visando incluir pessoas com deficiência visual e auditiva. Por isso, os estudantes observaram como ponto positivo também a consideração da acessibilidade.

Como principal objetivo, o Guia define a padronização de conteúdo, formato, layout e redação das postagens voltadas à comunidade interna e externa. Essa padronização contempla definição de cores, fontes, selos, destaques etc., facilitando a produção de conteúdo por qualquer estudante. Por isso, um dos grupos afirmou que “um ponto muito bem elaborado foi a identidade visual, a organização das publicações e o cuidado com a acessibilidade” (Depoimento do Grupo 4).

Os estudantes também sugeriram complementações ao Guia, especialmente relacionadas à proibição de interação do perfil do Curso com perfis de partidos políticos e empresas comerciais, à proposição de formação técnica para as equipes responsáveis pela gestão das mídias sociais do Curso e à criação de mensagem automática como primeiro retorno para as mensagens que chegam ao perfil em privado.

Após as sugestões serem contempladas na redação do documento, o Guia foi submetido ao Colegiado de Curso, que avaliou e aprovou por unanimidade sua

redação, em reunião realizada em 21 de agosto de 2025. Com essa validação, o Guia para Site e Mídias Sociais passou a ser um documento oficial do Colegiado de Curso, disposto em seu site de maneira simples (em texto corrido), na aba “O Curso”, de forma que possa ser consultado e atualizado sempre que necessário.

Os benefícios desse processo com ampla participação na produção do Guia podem ser evidenciados pela entrega de um documento qualificado e com orientações que otimizam a produção de conteúdo a partir do Curso. Foi observado que a participação dos discentes e docentes na construção do Guia qualificou o documento e intensificou o senso de pertencimento e o compromisso com uma comunicação mais imissional, transparente e inclusiva da universidade com a sociedade.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A elaboração do Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública foi realizada com ampla participação da comunidade do Curso, em um processo democrático que refletiu conteúdos estudados no Curso e produziu um documento que qualifica sua comunicação com a sociedade.

Os depoimentos de estudantes sobre o Guia legitimam o documento como uma ferramenta que garante o fortalecimento da transparência, da gestão da informação, da padronização da comunicação e da inclusão no âmbito acadêmico. Os elementos destacados pelos discentes – como a linguagem simples e formal, a imissionalidade, o compromisso com a comunicação pública e o olhar para a inclusão – demonstram que o produto vai além de um material técnico, sendo observado como uma experiência de consolidação de boas práticas comunicacionais para o interesse coletivo.

Por fim, destaca-se que o Guia, com o objetivo central de padronizar a comunicação para qualificar o relacionamento do Curso com públicos de interesse, abre caminhos para novas relações entre o Curso e a sociedade em geral.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARICELLO, Eugênia Mariano. A comunicação da universidade: legitimação, territorialidades e identidades institucionais. In: MUSSE, Christina Ferraz. **Comunicação e Universidade**: reflexões críticas. Curitiba: Appris, 2019. p.65-86.

CASALI, Caroline (org.). **Guia para atuação em site e mídias sociais do Curso de Gestão Pública**. Pelotas: [s.n.], 2025. Revisado e atualizado em agosto de 2025. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/guia-para-site-e-midias-sociais-do-curso-de-gestao-publica/>. Acesso em: 26 de agosto de 2025.

MEDEIROS, Armando; CHIRNEV, Lilian (org.). **Guia de comunicação pública. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública**, 2021. Disponível em: [GUIA-DE-COMUNICACAO-PUBLICA.pdf](https://www.abcp.org.br/abcp/area-membro/area-membro-2/guia-de-comunicacao-publica-2021.pdf). Acesso em: 14 de agosto de 2025.

SÁ, Rodrigo Moraes. **O princípio constitucional da imissionalidade**, 2014. Disponível em: [artigo\\_cientifico\\_-o\\_princípio\\_constitucional\\_da\\_imissionalidade\\_oficial\\_enviar\\_2014.pdf](https://www.researchgate.net/publication/320400000/O_o_princípio_constitucional_da_imissionalidade_oficial_enviar_2014.pdf). Acesso em: 14 de agosto de 2025.

## ESCUTAR, APRENDER, CONECTAR: EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA ATRAVÉS DO RÁDIO COMO ESPAÇO DE FORMAÇÃO ESTÉTICA E MEDIAÇÃO CULTURAL

**ANA NATIELE DUTRA FALCÃO<sup>1</sup>**; **MICHAEL ABRANTES KERR<sup>2</sup>**; **GERSON RIOS LEME<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [ana.falcaosm@gmail.com](mailto:ana.falcaosm@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [michael.kerr@ufpel.edu.br](mailto:michael.kerr@ufpel.edu.br)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [gerson.rios.leme@ufpel.edu.br](mailto:gerson.rios.leme@ufpel.edu.br)

### 1. INTRODUÇÃO

O rádio universitário, embora muitas vezes marginalizado diante da predominância das mídias digitais, permanece como um espaço vital de mediação cultural, formação crítica e difusão do conhecimento. Essa mídia propicia uma escuta ativa e consciente que transcende o ato simples de ouvir, configurando-se como uma prática estética, educativa e política. Tal dimensão da escuta está relacionada ao conceito de paisagem sonora, que destaca a importância de um olhar sensível para o ambiente sonoro, promovendo uma conexão crítica entre o indivíduo e seu contexto cultural e ambiental (Schafer, 2001).

No campo audiovisual, o som é reconhecido como um elemento estruturante da experiência comunicacional, envolvendo diferentes modos de escuta — causal, semântica e reduzida — que se alternam e enriquecem a recepção dos conteúdos transmitidos (Chion, 2011). Esses modos são fundamentais para a compreensão do som não apenas como informação, mas como um componente estético e simbólico que potencializa o processo educativo e a mediação cultural no rádio universitário.

O projeto *Paisagem Sonora Audiovisual*, criado em 2023 por professores dos Cursos de Cinema da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), incorpora essas perspectivas ao explorar o som como linguagem estética, educativa e política. Utilizando a radiodifusão tradicional e plataformas digitais, o projeto visa ampliar o repertório estético dos ouvintes e promover uma escuta crítica, reforçando o papel da extensão universitária como um espaço de diálogo e intercâmbio entre universidade e sociedade (Turino, 2013; Freire, 1979).

Este artigo tem como objetivo analisar o projeto enquanto espaço de extensão universitária e mediação cultural via rádio, focando nas estratégias curatoriais adotadas, nos modos de escuta ativados e nos impactos qualitativos observados na audiência. A partir dessa análise, busca-se contribuir para a reflexão sobre o potencial do rádio universitário como um meio vivo de formação cultural, capaz de se reinventar e dialogar com os desafios e possibilidades contemporâneos da comunicação e da educação crítica.

### 2. METODOLOGIA

A abordagem prática-extensionista é utilizada no projeto, com foco na curadoria cultural e educação sonora. São produzidos semanalmente 3 programas de 50 minutos: *Trilhas do Cinema*, *Rock 107* e *Só Instrumental*, organizados em blocos intercalados por locuções, com critérios curatoriais baseados em diversidade estética, relevância histórica e representatividade.

Cada programa apresenta uma identidade temática: *Trilhas do Cinema* foca em trilhas sonoras de produtos audiovisuais<sup>1</sup>; *Rock 107* aborda a história do rock com diversidade geográfica e estilística; *Só Instrumental* mapeia a produção instrumental, do new age ao rock extremo. A programação é transmitida via rádio e streaming, com reprises aos finais de semana.

A interação com o público ocorre via redes sociais, onde sugestões são incorporadas à programação. A divulgação ocorre nos perfis dos programas, cursos de Cinema UFPel, cineclubes e parceiros, além de cartazes físicos no campus.

Além dos três programas, o projeto inclui: *Pausa Erudita em 3 Minutos* (breves inserções de música erudita), *Semana Cine UFPel* (programação semanal do Cine UFPel) e o perfil *Paisagem Sonora Audiovisual* no Instagram, que registra breves cenas audiovisuais contemplativas. Este último está em adaptação para rádio.

Os dados de impacto são qualitativos, baseados em observações internas, retornos via redes sociais e interações com artistas e instituições parceiras.

### 3. BREVE RELAÇÃO COM APORTES TEÓRICOS

O projeto é articulado pelo diálogo entre duas linhas teóricas com práticas educativas e comunicacionais: a escuta como prática estética e crítica, e a extensão universitária como mediação cultural e educação popular.

#### 3.1 Escuta e Paisagem Sonora

A audiovisão é destacada por Michel Chion (2011) como experiência integrada de som e imagem, com modos de escuta causal, semântica e reduzida que coexistem e alternam na recepção audiovisual, adaptadas ao projeto da seguinte maneira:

- Escuta causal: identificação da fonte sonora, explorada nas trilhas e histórico do rock.
- Escuta semântica: compreensão do conteúdo sonoro via locuções, ampliando a dimensão educativa.
- Escuta reduzida: percepção das qualidades intrínsecas do som, valorizada em programas instrumentais e registros contemplativos.

Por sua vez, R. Murray Schafer (2001) enfatiza a escuta consciente e a paisagem sonora como práticas educativas que promovem sensibilidade ambiental, cultural e social, essencial para a educação auditiva.

#### 3.2 Extensão, Comunicação e Educação Crítica

A extensão universitária é um espaço de diálogo entre universidade e sociedade, promovendo democratização do conhecimento e formação crítica (TURINO, 2013). Paulo Freire (1979) destaca o diálogo e a participação ativa como bases da educação libertadora, relacionadas ao rádio universitário enquanto meio comunicativo e educativo.

O projeto reconhece o rádio universitário como meio de mediação estética, cultural e educativa, ampliando o repertório cultural e fortalecendo a cidadania por meio da escuta ativa, um conceito que permeia comunicação e educação crítica.

<sup>1</sup> cinema, games, audiovisual em geral, novelas, com temas musicais e alguns trechos em áudio.

#### 4. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Desde sua implementação, o projeto produziu mais de 300 programas inéditos, com curadoria plural e ênfase na diversidade musical, evitando repetições e valorizando artistas menos difundidos nacional e internacionalmente.

Destaca-se o aumento da audiência do Cine UFPel impulsionado pela *Semana Cine UFPel*, que também circula em rádios parceiras, ampliando a mobilização cultural. Cresceu o interesse de artistas em participar, evidenciando reconhecimento do projeto como espaço legítimo de difusão cultural.

O programa *Pausa Erudita em 3 Minutos* despertou novos públicos para o repertório erudito, reafirmando seu caráter formativo. A veiculação em rádios universitárias de outras instituições reforça a dimensão interinstitucional e a circulação pública do conteúdo.

Esses resultados mostram parte da potência do projeto para qualificar a programação da Rádio Federal FM UFPel, fortalecer repertórios críticos e valorizar a diversidade musical, contribuindo para o reconhecimento da universidade como produtora cultural.

#### 5. CONSIDERAÇÕES

O projeto unificado *Paisagem Sonora Audiovisual* demonstra que o rádio universitário ainda tem fôlego para se reinventar como espaço de formação crítica e mediação estética, integrando curadoria, pedagogia e mídias analógicas e digitais.

Ao alternar os modos de escuta (causal, semântica e reduzida), amplia-se a experiência audiovisual, promovendo recepção rica e formativa (CHION, 2011), enquanto a escuta consciente, conforme Schafer (2001), fortalece a relação crítica com o ambiente sonoro e cultural.

Alinhado aos princípios da extensão universitária e comunicação democrática (FREIRE, 1979; TURINO, 2013), o projeto reafirma o rádio universitário como espaço plural de diálogo e democratização do acesso à cultura sonora, consolidando-o como meio relevante, que preserva tradição e se reinventa frente aos desafios contemporâneos.

Assim, o projeto configura-se como exemplo efetivo de educação crítica e estética via mídias tradicionais e digitais, impactando positivamente a formação cultural e fortalecendo políticas extensionistas que valorizam a escuta como dimensão essencial da cidadania cultural.

#### 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHION, Michel. *A audiovisão: som e imagem no cinema*. Tradução de Pedro Eloi Duarte. Lisboa: Texto & Grafia, 2011.
- FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* 7. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- SCHAFFER, R. Murray. *A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do ambiente sonoro*. Tradução de Regina Alfarano. São Paulo: UNESP, 2001.
- TURINO, Celso. *Pontos de cultura: o Brasil de baixo para cima*. 3. ed. São Paulo: Anita Garibaldi, 2013.

# TV UFPEL: COMUNICAÇÃO UNIVERSITÁRIA E FORMAÇÃO PROFISSIONAL

GUILHERME SANTANA GONÇALVES<sup>1</sup>; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO<sup>2</sup>;  
MICHELE NEGRINI<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – *guilhermejornalista21@gmail.com*

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – *marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br*

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pelotas – *mmnegrini@yahoo.com.br*

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca apresentar o processo de desenvolvimento da TV UFPEL, projeto de extensão vinculado ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). A iniciativa constitui-se como uma plataforma institucional em constante construção, destinada à divulgação científica, cultural e social, além de fortalecer os vínculos entre a universidade e a comunidade. Trata-se de um espaço estratégico que integra ensino, pesquisa e extensão, ao mesmo tempo em que proporciona formação prática em telejornalismo e produção audiovisual aos estudantes do curso.

Nesse sentido, o projeto TV UFPEL não apenas amplia a comunicação institucional, mas também atua como um canal inclusivo, ao assegurar que informações de interesse público circulem de forma acessível e democrática. Ao dar visibilidade às atividades de ensino, projetos de extensão e iniciativas culturais, o projeto reafirma o compromisso da universidade com a promoção da ciência, com os direitos sociais, em especial o direito à comunicação.

As televisões universitárias, nesse contexto, têm papel fundamental ao democratizar a comunicação e aproximar a sociedade da produção científica e cultural desenvolvida nas universidades públicas. Como destaca COSTA (2023), esses espaços de mídia educativa não apenas divulgam conhecimento, mas também contribuem para a formação cidadã e para a pluralidade de vozes no debate público.

Atualmente, o projeto está ativo com a produção do programa Educação em Pauta, que promove debates sobre a área educacional. Outro programa da TV é o Em Pauta, um webtelejornal, que já se consolidou como espaço relevante de discussão de temas acadêmicos, sociais e culturais. Como destaca REZENDE (2000), o telejornalismo precisa manter-se ágil e conectado com os acontecimentos contemporâneos, promovendo diálogo direto com a sociedade. Esse princípio orienta a construção da grade de programação, reforçando o papel do telejornalismo universitário como ferramenta de integração social, educativa e cidadã.

## 2. METODOLOGIA

A TV UFPEL Online adota uma metodologia de caráter experimental, inspirada em GIL (1999) e adaptada ao ambiente digital. A iniciativa começou com o programa Educação em Pauta, produzido nos estúdios do curso de Jornalismo no Campus Anglo. As pautas são definidas de forma colaborativa entre professores, alunos e convidados, priorizando temas acadêmicos, sociais e comunitários.

Os estudantes participam de todas as etapas da produção, da apuração à edição, desenvolvendo habilidades essenciais em telejornalismo, conforme apontam NETO; SILVA (2021). A programação inclui entrevistas e coberturas de eventos acadêmicos e culturais, ampliando o alcance da universidade.

Uma parceria com a TV Câmara de Pelotas garante visibilidade pública, e os conteúdos são também disponibilizados no YouTube e redes sociais. A grade atual inclui:

- Educação em Pauta: debates sobre educação;
- Em Pauta TV: temáticas acadêmicas e sociais;
- Programa Ambiental (em fase de teste): sustentabilidade e justiça ambiental.

O projeto mantém caráter aberto à experimentação, permitindo que alunos proponham novos formatos e ocupem diferentes funções, como repórter, cinegrafista, produtor e editor, fortalecendo sua formação profissional.

### **3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS**

A TV UFPEL é importante para a formação prática dos estudantes, que vivenciam rotinas de produção jornalística e desenvolvem competências técnicas e editoriais. Institucionalmente, reforça o diálogo com a sociedade e amplia a visibilidade da UFPel. Projetos como o piloto em parceria com a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, voltado à saúde de comunidades quilombolas, mostram o compromisso social da iniciativa.

Outro ponto relevante é o papel do Educação em Pauta como instrumento de valorização do conhecimento e da educação pública. O programa tem ampliado debates sobre políticas educacionais, metodologias de ensino e práticas pedagógicas, envolvendo especialistas, estudantes e comunidade. Esse foco fortalece a atuação social da universidade e contribui para disseminar discussões qualificadas sobre os desafios da educação no país.

### **4. CONSIDERAÇÕES**

O projeto TV UFPEL consolida-se como espaço de formação, divulgação científica e integração social, unindo prática jornalística e compromisso com direitos sociais. Seus programas, ao dialogar com temas como ciência, educação e justiça ambiental, contribuem para democratizar o acesso à informação e reforçam o papel da universidade pública como agente transformador.

Além disso, a iniciativa demonstra como a comunicação universitária pode ser um laboratório para inovação e cidadania. Ao investir em formatos digitais e integrar diferentes áreas do conhecimento, a TV UFPEL amplia o alcance de suas ações e fortalece o compromisso da UFPel com a transparência, a inclusão e o desenvolvimento regional. Assim, o projeto reafirma o potencial da universidade pública como espaço de diálogo e transformação social.

Outro ponto a destacar é a relevância pedagógica do projeto, que possibilita aos estudantes a vivência prática das rotinas de produção jornalística, complementando a formação acadêmica com experiências reais de apuração, edição e apresentação. Esse aspecto contribui diretamente para a qualificação profissional dos discentes, preparando-os para atuar em um mercado de trabalho em constante transformação e exigente quanto à multiplicidade de habilidades comunicacionais.

Do ponto de vista institucional, a TV UFPEL fortalece o vínculo entre a universidade e a comunidade externa, funcionando como um canal de aproximação e construção coletiva de saberes. Essa relação de troca amplia a visibilidade das ações da UFPel e reforça o compromisso social da instituição, ao dar voz a diferentes atores sociais e ao valorizar pautas que dificilmente encontram espaço nos meios de comunicação tradicionais.

Portanto, a continuidade e o fortalecimento da TV UFPEL representam não apenas uma estratégia de comunicação, mas também uma política de extensão e cidadania, que contribui para consolidar a universidade como agente ativo no desenvolvimento social, cultural e educacional da região.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONASIO, V. **Televisão: manual de produção & direção**. Belo Horizonte: Leitura, 2002.

CARRAVETTA, L. M. **Construindo o telejornal**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2009.

MACIEL, P. **Jornalismo de televisão**. Porto Alegre: Sagra/Luzzato, 1995.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil**. São Paulo: Summus, 2000.

YORK, I. **Telejornalismo**. São Paulo: Roca, 2006.

COSTA, A. **A comunicação pública na TV universitária: desafios e perspectivas**. Intercom – **Sociedade Brasileira de Estudos**

**Interdisciplinares da Comunicação**, São Paulo, 2023.

Disponível em:

[https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link\\_aceite/nacional/11/0801202322552064c9b78865720.pdf](https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0801202322552064c9b78865720.pdf). Acesso em: 20 ago. 2025.

NEGRINI, M.; ROOS, R. **Tecnologias comunicacionais e telejornalismo universitário**: um caminho de transformações. Revista Alterjor, São Paulo, v.2, n.16, p.67-80, 2017.

NETO, A. J.; SILVA, M. P. **Telejornalismo universitário**: práticas educativas e o uso das novas tecnologias de transmissão ao vivo e gravada. Revista Brasileira de Comunicação e Mídia, Brasília, v.15, n.3, p.45-62, 2021.

SILVA, P. R.; OLIVEIRA, T. V. **O telejornalismo universitário como espaço de formação**: experiências e desafios. Revista Latino-americana de Jornalismo – Âncora, Goiânia, v.8, n.1, p.121-138, 2021. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/riserver/api/core/bitstreams/63da0064-8093-492a-add4-ac435a1f0f6c/content>. Acesso em: 20 ago. 2025.

## PROJETO DE EXTENSÃO CAFÉ GEOPOLÍTICO: OS IMPACTOS DA PROMOÇÃO DO DIÁLOGO E DO CONHECIMENTO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS EM PELOTAS

EDUARDO GRECCO CORRÊA<sup>1</sup>; CHARLES PEREIRA PENNAFORTE<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – [eduardo.correa@ufpel.edu.br](mailto:eduardo.correa@ufpel.edu.br)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – [charles.pennaforte@ufpel.edu.br](mailto:charles.pennaforte@ufpel.edu.br)

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta uma continuação das atividades desenvolvidas no âmbito do projeto de extensão Café Geopolítico - "Vozes Críticas" da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), ligado ao curso de Relações Internacionais, foi retomado no segundo semestre de 2024 e se estenderá até 2026. A iniciativa busca criar um espaço de debate acessível e crítico, conectando a universidade à comunidade local através de discussões sobre temas geopolíticos atuais. Realizados na livraria da UFPel, os encontros oferecem um ambiente informal, com café para os participantes, proporcionando um diálogo aberto sobre questões globais.

A Geopolítica, vista hoje como uma ferramenta pedagógica, vai além do estudo acadêmico, servindo para interpretar conflitos globais e sociais e a formação de identidades (Vesentini, 2000). O projeto utiliza essa abordagem para capacitar o público a compreender as complexas dinâmicas mundiais, indo além das simplificações da mídia convencional ou da desinformação. Ao estimular a interação direta, o projeto contribui para a formação de cidadãos mais informados e críticos, ao mesmo tempo que desenvolve competências essenciais para os estudantes de Relações Internacionais (Brasil, 2017).

Além de seu impacto na comunidade, o "Café Geopolítico" atrai o público para os espaços da UFPel, divulgando a pesquisa e os cursos da universidade. Essa troca mútua entre academia e sociedade reflete a dimensão transformadora das atividades de extensão, promovendo a transformação social através do diálogo (Brasil, 2023). Até o momento, o projeto já realizou 7 palestras com o apoio de 4 empresas locais e reuniu 73 participantes em todas as suas edições, com este trabalho buscando analisar os últimos 4 encontros e o seu impacto midiático.

### 2. METODOLOGIA

A metodologia do projeto é baseada na realização de palestras mensais, organizadas por uma equipe de cinco pessoas: um professor e quatro alunos. O grupo trabalha de forma integrada, com divisões de responsabilidade em áreas-chave: marketing, logística, acadêmica e relacionamentos.

A equipe de relacionamentos é responsável por estabelecer e manter as parcerias. Eles trabalham ativamente para garantir o apoio de empresas locais, como o "Mercado do Café" e o "Café Caramello", que fornecem o coffee break

dos eventos. Essa relação é cultivada com contato contínuo, mantendo os parceiros informados sobre o progresso e o impacto do projeto.

Para cada evento, a equipe acadêmica seleciona um tema de geopolítica que seja atual e relevante. A preferência é convidar pesquisadores da própria UFPel para apresentar, já que o projeto não possui recursos financeiros. Depois de definir a data e o tema com o convidado, a equipe de marketing se responsabiliza pela criação de artes promocionais e divulgação do evento. A distribuição dos ingressos é feita pela plataforma Sympla, e as informações principais são compartilhadas na página do projeto no Instagram.

As atividades acontecem presencialmente na Livraria e Editora UFPel, um local que oferece um ambiente acolhedor para a interação. Após a apresentação do palestrante e a sessão de perguntas e respostas, a equipe de logística organiza o coffee break. Esse momento é essencial para criar um espaço informal de networking e troca de ideias entre os participantes e o convidado, reforçando o objetivo do projeto de aproximar a comunidade e a universidade.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Em razão das greves e da suspensão das atividades acadêmicas pelos eventos climáticos, no ano de 2024, o "Café Geopolítico" retomou as suas atividades somente em agosto do mesmo ano. Com a divisão do semestre 2024/2 no início do ano civil de 2025, optou-se pela realização das edições do Café a partir de maio.

No quadro abaixo estão presentes as palestras realizadas nas edições de 2024 e 2025 de forma a elucidar as diferentes temáticas abordadas e demonstrar de forma comparada os dados apresentados de participação com o ano passado. O projeto busca estabelecer novas edições durante o semestre de 2025/2.

Quadro 1 - Visão Geral das Edições do Café Geopolítico

Data	Título	Palestrantes	Participantes
06/08/24	As Relações Sino-Americanas em um possível governo Donald Trump	Prof. Dr. Bernardo Boucinha Bernardi	18
03/09/24	A Questão Palestina: Balanços e Perspectivas	Dr. Diego Rabello	20
08/10/24	Gaia em Tempos de Mudanças Climáticas: Fatos e Perspectivas	Prof. Dr. Giovanni Nachtigal Mauricio	15
12/11/24	A Guerra do Paraguai 160 Anos Depois: Novas Perspectivas	Prof. Dr. Daniel Rei Coronato	18
03/12/24	A Interação da Cultura Política e das Políticas Públicas com as Relações Internacionais	Prof. Dr. Hemerson Luiz Pase	15
21/05/25	Regulação da Mídia no Brasil: Cenários e Perspectivas	Dr. Régis Alexandre	19

10/06/25	A Memória como um Campo de Batalha do Tempo Presente: Perspectivas Diante da Ascensão das (Extremas) Direitas	Prof. Dr. Carlos Gallo	18
----------	---	------------------------	----

Fonte: Dados do Projeto (2025).

O projeto "Café Geopolítico" tem demonstrado resultados positivos em termos de participação e engajamento. A capacidade do local acomoda aproximadamente 30 pessoas, com uma média de 17 participantes por evento. Observa-se que o engajamento do público se intensifica ao final das palestras, durante o coffee break, um momento de confraternização que permite a continuação dos debates de maneira informal e espontânea.

A colaboração de parceiros é fundamental para o sucesso do evento, particularmente no apoio ao coffee break, que se configura como um elemento-chave para a interação. O "Mercado do Café", um parceiro tradicional, fornece café moído na hora para todas as edições. Outras empresas locais também têm contribuído, como a "Cucaria e Padaria NoGlú", que apoiou a primeira edição com uma cuca sem glúten, e a padaria "A Popular", que forneceu 2 kg de salgadinhos no segundo evento. O "Café Caramello" enriqueceu as edições de Setembro e Outubro edições com a degustação de seus produtos, o que contribuiu para tornar o ambiente mais acolhedor e atrativo.

Em relação à divulgação, o projeto utiliza prioritariamente a página do Instagram para promover os eventos. A plataforma é usada para divulgar temas, parceiros e imagens das edições, buscando alcançar o público-alvo, a sociedade em geral. Evidencia-se que os dados da plataforma, coletados entre 15 de julho e 8 de outubro, durante as três primeiras edições indicam um total de 21.373 visualizações, alcançando 3.920 contas e atingindo 141 seguidores. Atualmente, com dados coletados 3937 visualizações, mas alcançando 1234 contas.

Embora ainda não existam dados formais de feedback, a alta participação e a interação observada entre público, palestrantes e parceiros sugerem que o projeto está atingindo seus objetivos de fomentar discussões críticas e aproximar a comunidade da universidade. Além disso, a iniciativa tem proporcionado aos alunos envolvidos o desenvolvimento de competências essenciais em gestão de eventos, comunicação e trabalho em equipe, com orientação estratégica do corpo docente.

Em termos de impacto social, o "Café Geopolítico" se consolida como um espaço de diálogo e reflexão crítica, contribuindo para a conexão transformadora entre a academia e a sociedade. Para o futuro, o projeto prevê a expansão de seu alcance por meio de transmissões ao vivo e a realização de uma edição especial no Mercado Público de Pelotas. Este evento está sendo articulado em parceria com o proprietário do "Mercado do Café", que tem colaborado na organização e na viabilização dos contatos necessários com a prefeitura e associações locais.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto "Café Geopolítico - Vozes Críticas" (3030) se estabeleceu como uma iniciativa crucial para a promoção de debates sobre geopolítica, cumprindo seu objetivo de aproximar a academia da sociedade. Por meio de eventos

mensais, ele oferece um espaço acessível onde acadêmicos e a comunidade podem discutir temas globais e suas implicações.

Além de seu impacto social, o projeto tem um forte caráter formativo para os estudantes participantes. Ao gerenciarem a organização e execução dos eventos, eles desenvolvem competências essenciais como comunicação, trabalho em equipe e busca por parcerias. Essa experiência prática reforça a integração entre ensino e extensão, preparando os alunos para atuar fora da sala de aula.

O engajamento da comunidade em discussões relevantes confirma o sucesso do projeto em oferecer um ambiente de reflexão crítica. Com a previsão de expansão, incluindo transmissões ao vivo e eventos em espaços públicos, a iniciativa espera ampliar sua visibilidade e consolidar o papel transformador da universidade na sociedade local.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CES nº 4, de 4 de outubro de 2017**. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Relações Internacionais, bacharelado, e dá outras providências. Acessado em 25 setembro 2024. Online. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=73651-rces004-17-pdf&category\\_slug=outubro-2017-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=73651-rces004-17-pdf&category_slug=outubro-2017-pdf&Itemid=30192).

BRASIL. Revisão da Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014, que aprova o Plano Nacional de Educação – PNE 2014-2024 e dá outras providências. Acessado em 25 setembro 2024. Online. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=251351-pces576-23&category\\_slug=agosto-2023-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=251351-pces576-23&category_slug=agosto-2023-pdf&Itemid=30192).

VESENTINI, José William. **Novas geopolíticas: as representações do século XXI**. São Paulo: Contexto. Acesso em: 25 set. 2000. , 2000.

## RELATO DE EXPERIÊNCIA DO EVENTO INOVATALKS: ESTRATÉGIAS, ENGAJAMENTO E PERCEPÇÃO DO PÚBLICO EM UMA AÇÃO DE EXTENSÃO

**NATÁLIA KOMMLING VIELA<sup>1</sup>; CHRYSTIAN NUNES GONÇALVES<sup>2</sup>; THAÍSSA ÁVILA FEIJÓ<sup>3</sup>; JULIA CAROLINA CARDOZO CORRÊA<sup>4</sup>; MARIANA HÄRTER REMIÃO<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – nataliakvilela@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – chrystianng@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – avilathaissa@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – juliacarolinacorrea@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A formação acadêmica em áreas tecnológicas, como a biotecnologia, frequentemente foca em desenvolver competências técnico-científicas robustas, como execução de protocolos, redação de textos de cunho científico e apresentação em congressos científicos. Contudo, percebe-se uma crescente demanda do mercado por profissionais que, além do domínio técnico da sua área, possuam também habilidades em gestão, inovação e empreendedorismo.

Nesse contexto, a extensão universitária surge como um pilar estratégico, ao transcender a visão histórica de mera prestação de serviços e assumir papel ativo na integração entre universidade e sociedade. Mais do que transferir conhecimento, a extensão promove um processo de interação e diálogo entre a produção acadêmica e as necessidades da comunidade e do mercado, contribuindo para a formação cidadã e o desenvolvimento social (GADOTTI, 2017; SILVA; CAMPANI; NEGREIROS, 2020). Assim, as ações de extensão devem ser compreendidas como processos de ensino-aprendizagem que, ao envolver o discente com as questões concretas da realidade, favorecem o desenvolvimento da profissionalidade e um engajamento com as demandas da comunidade (CURADO SILVA; KOCHHANN, 2018).

Diante dessa perspectiva, a disciplina de Gestão em Biotecnologia propôs aos seus discentes a organização de uma atividade de extensão que pudesse suprir essa lacuna. O objetivo foi criar um espaço de diálogo entre estudantes, empreendedores, agentes do ecossistema de inovação local, e ouvintes da comunidade em geral. Assim, nasceu o projeto "Inovatalks", um evento idealizado para difundir conhecimentos práticos e inspirar a cultura empreendedora na cidade de Pelotas - RS. Este trabalho tem como objetivo relatar a experiência da concepção, organização e execução do evento "Inovatalks" como uma atividade de extensão universitária.

### 2. METODOLOGIA

O planejamento e organização do evento foi realizado pelos estudantes da disciplina de Gestão em Biotecnologia, do Curso de Graduação em Biotecnologia da UFPEL, sob a orientação da Prof. Dra. Mariana Härter Remião. Para uma melhor organização, os estudantes foram divididos em equipes responsáveis por captação de palestrantes e patrocinadores, divulgação e inscrições.

O evento "Inovatalks" foi realizado no dia 04 de agosto de 2025, das 13h30 às 18h, no Rampa Innovation Hub, um espaço estratégico por ser um polo de inovação na cidade de Pelotas-RS. A programação foi estruturada para abordar

temas centrais do empreendedorismo, com o objetivo de atrair o interesse não apenas da comunidade universitária, mas também do público em geral da cidade. Participaram do evento os palestrantes Cecel Ramis, Raul Torma e Luciano Rodrigues Martins, e os representantes das empresas juniores Emad Jr (UFPEL), ECAPE (UFPEL) e Equaliza (IFSUL).

Para viabilizar o evento, foram firmadas parcerias com o Rampa Innovation Hub, Sebrae-RS, a Agência de Inovação da UFPel (INOVA), a empresa BRIGS (Fábrica de brigadeiros) e a Academia Studio Zero3. A divulgação foi centralizada no perfil do evento na rede social Instagram (@inovatalks.ufpel), buscando atingir o público-alvo de estudantes universitários, jovens empreendedores e demais interessados.

Ao final, os participantes foram convidados a responderem um questionário referente à suas percepções sobre o evento. Os resultados referentes ao questionário, bem como aos dados de adesão gerados na rede social Instagram, foram analisados.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

#### 3.1 IMPACTO DA DIVULGAÇÃO DIGITAL

O evento “Inovatalks” registrou uma adesão expressiva, com mais de 100 inscritos, evidenciando o forte interesse da comunidade pelos temas propostos. A análise do perfil dos participantes confirma o sucesso da iniciativa em dois aspectos essenciais para um projeto de extensão. Primeiramente, o evento alcançou elevado engajamento do público-alvo principal, reunindo majoritariamente estudantes e profissionais da UFPel e da área de Biotecnologia. Em segundo lugar, a proposta conseguiu ampliar seu alcance ao atrair um público diversificado e externo, representando 8,6% do total de inscritos. Entre esses participantes, destacam-se membros de outras instituições de ensino (UFRGS, IFSul, Anhanguera), profissionais de empresas da região, empreendedores e especialistas de diferentes áreas, como Direito, Marketing e Gastronomia. Acreditamos que o sucesso de público se deve, principalmente, à seleção criteriosa de palestrantes com ampla experiência de mercado e à diversidade de temas abordados, fatores que potencializaram o alcance e a relevância do evento.

A estratégia de divulgação do evento, centralizada no perfil do Instagram (@inovatalks.ufpel), mostrou-se uma ferramenta altamente eficaz para a mobilização do público. A análise dos dados da plataforma, referentes aos últimos 90 dias — período que compreende toda a fase de divulgação e realização do evento — evidencia resultados expressivos. Ao todo, a conta alcançou 5.920 perfis únicos e gerou 47.753 visualizações de conteúdo. Um dado particularmente relevante é que 42,1% dessas visualizações vieram de não seguidores, demonstrando que a comunicação ultrapassou a rede inicial de contatos e conseguiu atrair novos públicos interessados em empreendedorismo e inovação.

O engajamento da comunidade também foi significativo. O perfil consolidou uma base de 586 seguidores e registrou 402 interações diretas, incluindo curtidas, comentários e compartilhamentos. A análise por tipo de conteúdo evidencia uma estratégia diversificada e eficiente: enquanto os Stories foram responsáveis pela maior parte das visualizações (65,1%), os Posts e Reels se destacaram como principais motores de engajamento, concentrando, juntos, 91,5% de todas as interações (Figura 1).

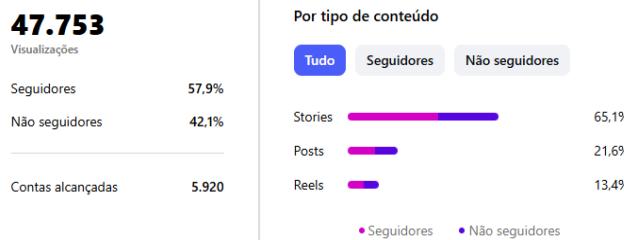


Figura 1 – Dados de visualizações e contas alcançadas pelo Instagram do Inova Talks (@inovatalks.ufpel). Fonte: Análise de dados da plataforma Instagram.

Um indicador direto da conversão do interesse online em participação efetiva foi a atividade registrada no perfil. No período analisado, foram contabilizadas 1.234 visitas à página e, de forma ainda mais significativa, 187 cliques no link externo que direcionava os usuários para a plataforma de inscrições. Esses números estabelecem uma relação clara entre a estratégia de divulgação digital e a adesão ao evento, validando a eficácia do canal escolhido e reforçando o papel das redes sociais como ferramenta central para a mobilização do público.

### 3.2 PERCEPÇÃO DOS PARTICIPANTES DO EVENTO

Além do impacto quantitativo da divulgação, buscou-se avaliar a percepção dos participantes sobre a qualidade e relevância do evento. Para isso, foi disponibilizado um questionário de feedback via Google Forms. Até a data de 26 de agosto de 2025, foram recebidas 38 respostas.

Os resultados indicam alto nível de satisfação: 94,8% avaliaram o evento como "Excelente" ou "Muito Bom", confirmando o sucesso da proposta e da organização (Figura 2 A). O conteúdo das palestras também foi amplamente aprovado, com 100% de avaliações positivas, sendo 55,3% Excelente, 23,7% Muito Bom e 21,1% Bom (Figura 2 B).

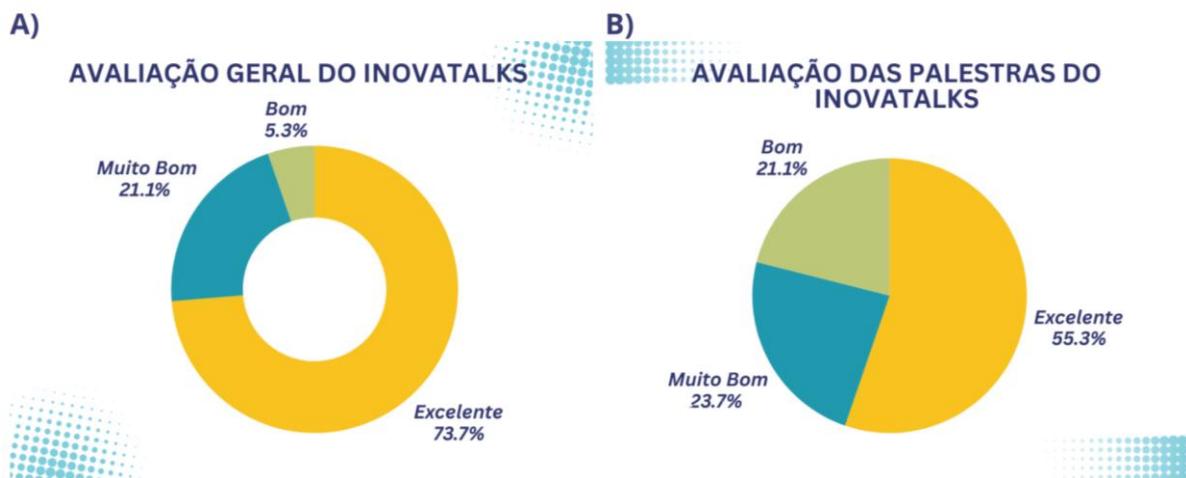


Figura 2 – (A) Avaliação geral do evento InovaTalks pelos participantes (N=38), (B) Avaliação das palestras do InovaTalks pelos participantes (N=38).

Fonte: Autora (2025).

O impacto positivo da experiência também é evidenciado pelo forte índice de recomendação. Como demonstra a Figura 3, uma maioria expressiva de 89,5% dos participantes que responderam ao questionário enviado afirmou que recomendaria o evento para outras pessoas, um indicador chave do valor percebido e do potencial de crescimento da iniciativa.



Figura 3 - Índice de recomendação do evento pelos participantes (N=38).

Fonte: Autora (2025).

Quando questionados sobre como ficaram sabendo do evento, o Instagram foi o canal dominante, citado por 29 participantes (76,3%). A indicação de amigos/colegas, citada por 8 participantes, apareceu como o segundo meio mais relevante, confirmando que a plataforma digital funcionou como o principal veículo para a mobilização da comunidade e para potencializar a adesão.

Além dos dados quantitativos, os feedbacks qualitativos forneceram sugestões construtivas para o aprimoramento de futuras edições, principalmente em aspectos logísticos, e elogios como "evento ótimo e bem organizado".

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A realização do evento "Inovatalks" demonstrou ser uma iniciativa de grande relevância, cumprindo seu papel de enriquecer a formação dos estudantes envolvidos e de levar conhecimento sobre inovação e empreendedorismo à comunidade. Observou-se um claro interesse do público por temas que conectam a formação acadêmica com as demandas do mercado de trabalho. A experiência reforça a importância da extensão universitária como um espaço para o desenvolvimento de habilidades práticas e para a promoção de uma cultura empreendedora. O sucesso do projeto serve como incentivo para a realização de futuras edições e outras atividades que promovam a integração entre ensino, pesquisa, extensão e inovação.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GADOTTI, M. **Extensão universitária: para quê.** Instituto Paulo Freire, 2017.

SILVA, R. M. G.; CAMPANI, A.; NEGREIROS, J.G. Contribuição da extensão para uma docência universitária inovadora: um estudo a partir do programa de ligas da enfermagem da Universidade Estadual Vale do Acaraú. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 15, n. 2, p. 1615-1628, 2020.

SILVA, K.; KOCHHANN, A. Tessituras entre concepções, curricularização e avaliação da extensão universitária na formação do estudante. **Revista Espaço Pedagógico**, v. 25, n. 3, p. 703-725, 30 ago. 2018.

## POPULARIZAÇÃO DAS CIÊNCIAS FORENSES: O USO DE CASOS REAIS NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

TAINA FERNANDA BARBOSA NUNES<sup>1</sup>; VICTÓRIA DE CASTRO ARMANI<sup>2</sup>;  
NATÁLIA DA SILVA COELHO<sup>3</sup>; MARCELLI GUIMARÃES SANCHES<sup>4</sup>; CARLA  
DE ANDRADE HARTWIG<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [tainafnunes@gmail.com](mailto:tainafnunes@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [victoria.armani@ufpel.edu.br](mailto:victoria.armani@ufpel.edu.br)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [natalia.coelho1999@gmail.com](mailto:natalia.coelho1999@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [marcellisanchyne@hotmail.com](mailto:marcellisanchyne@hotmail.com)

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – [carlahartwig@yahoo.com.br](mailto:carlahartwig@yahoo.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

A extensão universitária, em conjunto com o ensino e a pesquisa, é um dos pilares das universidades brasileiras, pois desempenham um papel essencial para a democratização do conhecimento, possibilitando assim, um diálogo de saberes, ou seja, o conhecimento científico produzido em um ambiente acadêmico encontra-se com os saberes populares, incentivando um processo de aprendizagem de mão dupla, que impacta tanto a comunidade quanto os próprios discentes envolvidos (Albrecht; Bastos, 2020). Trata-se além das atividades complementares, estabelecendo um espaço de aprendizagem mútua, capaz de integrar teoria e prática, ensino e cidadania, ciência e sociedade.

Diante disso, as Ciências Forenses são compostas por todos os conhecimentos científicos e técnicas utilizadas para apurar crimes e assuntos legais diversos. É considerada uma área interdisciplinar, devido a sua interação com as diversas áreas de conhecimento, como a medicina legal, química, física, biologia, toxicologia, psicologia e engenharias. Tem como objetivo estudar e interpretar os vestígios que caracterizam as infrações para esclarecer atos delituosos e colaborar com as autoridades responsáveis pela aplicação da lei (Barros, et al, 2021). Além do impacto no sistema judicial, as ciências forenses despertam um grande interesse social, particularmente quando associados a casos de repercussão midiática, um fenômeno descrito na literatura como *CSI Effect*, no qual refere-se aos dramas fictícios focando em evidências forenses. Com o passar dos anos, surgiu o termo *Serial Effect*, que se refere a casos reais, conhecido mais popularmente como o gênero *True Crime* (Mariniak; Hilger; Guérios, 2024). Esta curiosidade pelo cotidiano de uma investigação criminal apresenta a possibilidade para a divulgação científica, fazendo com que seja possível ampliar a compreensão da sociedade sobre as ciências através de uma linguagem acessível e socialmente relevante.

Neste contexto, as redes sociais assumem um papel de destaque, permitindo que a ciência ultrapasse o ambiente acadêmico e chegue a diferentes públicos, de diferentes faixas etárias, classes sociais e diferentes níveis de escolaridade (Viard; Paixão, 2023). O Instagram, consolidou-se como uma das plataformas mais utilizadas devido a combinação de recursos audiovisuais, acessibilidade e instantaneidade. Estudos recentes ressaltam que a utilização das redes sociais em projetos de divulgação científica permitem não apenas ampliar o alcance das publicações, mas contribuir para a formação crítica de estudantes e cidadãos, ao traduzir o conhecimento científico em narrativas próximas ao cotidiano (Rodrigues; Neto, 2022).

Diante dessas perspectivas, as atividades de extensão vinculadas à disciplina de Ciências Forenses (12000524) do curso de Bacharelado em Química Forense da Universidade Federal de Pelotas, têm como objetivo utilizar o Instagram, como uma fonte de divulgação científica, apresentando conteúdos de forma acessível e atraente, de modo que todos possam compreender os fundamentos da área.

## 2. METODOLOGIA

O projeto constituiu na manutenção de uma conta educacional no Instagram, denominada de [@cienciasforensess](#), como fonte de divulgação científica. A conta foi estruturada com identidade visual definida e linguagem acessível, de modo que aproxime os conteúdos acadêmicos da comunidade externa. As atividades de extensão foram desenvolvidas por um grupo de quatro graduandos do curso de Química Forense, matriculados no componente curricular Ciências Forenses nos semestres de 2024/1 e 2024/2.

As postagens foram planejadas com base em conceitos teóricos discutidos em sala de aula. Após a escolha do tema semanal, um discente era responsável pela pesquisa, elaboração do texto, criação do material gráfico. Para a criação dos posts, foi utilizada a plataforma online *Canva*, enquanto para o embasamento teórico utilizou-se de materiais fornecidos pela professora via e-aula, consultas a livros disponíveis na biblioteca virtual *Pergamum* da UFPel e em plataformas acadêmicas, como *SciELO*, *Portal Periódicos Capes* e *Google Acadêmico*, e fontes jornalísticas para garantir a fundamentação científica e a contextualização social. Cada postagem seguiu um fluxo metodológico composto por fundamentação teórica, contextualização de um caso real e impacto social. A postagem elaborada era revisada coletivamente e submetida à aprovação da docente responsável, e após, as postagens eram publicadas.

A avaliação do projeto foi realizada de forma contínua e integrada. Cada postagem foi analisada quanto à qualidade científica, clareza da linguagem e adequação visual e utilização de métricas quantitativas, fornecidas pela própria plataforma, como, o alcance, curtidas e compartilhamentos. Esses indicadores permitiram identificar os temas que despertavam maior interesse e as estratégias comunicacionais mais eficazes para a aproximação com a comunidade.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Até o presente momento, foram produzidas e publicadas 29 postagens no perfil do Instagram ([@cienciasforensess](#)). Destas, nove postagens relacionaram conteúdos teóricos da disciplina a casos reais de grande repercussão e de diferentes áreas das Ciências Forenses, como os casos da Boate Kiss, do Bolo Envenenado com Arsênio, do Michael Jackson, do Ayrton Senna, da Isabella Nardoni e Suzane Von Richthofen. Essa estratégia desperta a atenção do público e facilita a compreensão de conceitos técnicos ao conectar casos conhecidos a uma linguagem mais acessível, favorecendo a aprendizagem e aproximando a ciência da sociedade.

As métricas quantitativas, demonstram um aumento no alcance das postagens publicadas. Uma observação que merece destaque é que a maior parte das visualizações é de não seguidores, revelando que o projeto é capaz de atingir novos públicos, além dos seguidores, reforçando o caráter extensionista ao possibilitar que o conhecimento gerado na universidade seja compartilhado além do ambiente acadêmico.

Dados demográficos apontam que 81,8% do público é composto por mulheres, enquanto 18,2% são compostos por homens. Vale ressaltar que a maior porcentagem do público alcançado é majoritariamente de adultos e jovens entre 25 a 34 e 18 a 24 anos, respectivamente, como pode ser observado na Figura 1a, que representa a porcentagem de público alcançado por faixa etária. É possível observar, que a predominância do público alcançado está localizada na região do Rio Grande do Sul, com ênfase para Pelotas, que é a principal cidade alcançada, como pode ser observado na Figura 1b. Essas informações, reforçam o impacto do projeto na formação juvenil, especialmente de mulheres, que é um grupo historicamente subrepresentado em algumas áreas das ciências exatas. Ao mesmo tempo, é possível observar impacto regional, apontando que o projeto fortalece um vínculo entre a universidade e a comunidade local.

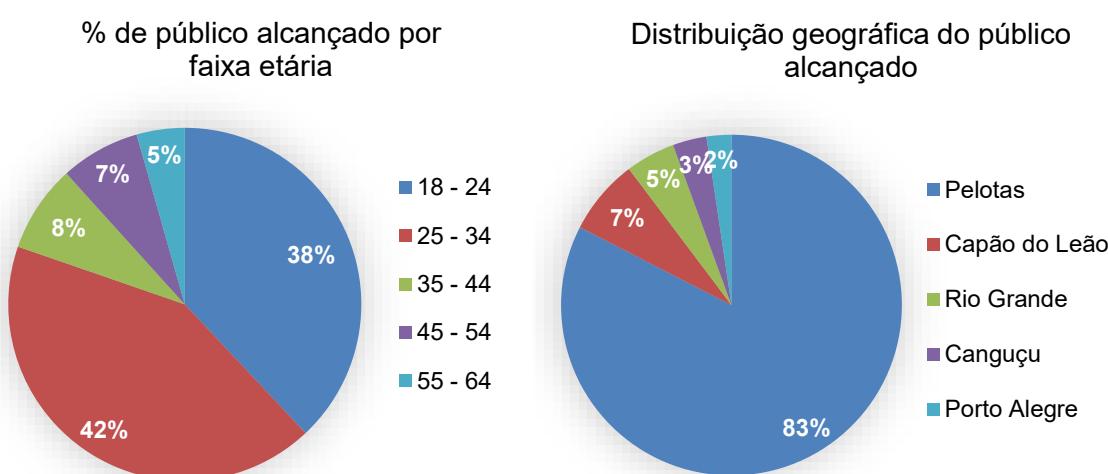


Figura 1 – a) % de público alcançado por faixa etária; b) distribuição geográfica do público alcançado.

Com relação a análise das postagens mais visualizadas, é possível observar que a estratégia da combinação de casos reais e conteúdos teóricos, apresentam um maior potencial de engajamento. Tal fato, foi evidenciado com as métricas quantitativas das postagens referentes ao caso do “Caso do Bolo Envenenado com Arsênio”, que alcançou 1.715 visualizações, seguida da “Tricologia Forense” com o caso de Wayne Willians, que alcançou 1.473 visualizações e da “Perícia em Incêndios e Explosões”, que abordou o caso da Boate Kiss, com o alcance de 718 visualizações. Estes resultados, de acordo com Albagli (1996), indicam que a contextualização prática dos conceitos técnicos desperta um maior interesse e favorece a democratização do conhecimento, em alinhamento com o papel social da divulgação científica.

Essa ação não se resume apenas à democratização do conhecimento científico, mas também à formação acadêmica, visto que ocorre uma integração direta entre os pilares da universidade brasileira, uma vez que o ensino irá garantir a fundamentação teórica, a pesquisa irá orientar a utilização de fontes confiáveis, enquanto a extensão irá possibilitar o compartilhamento desses conhecimentos com a comunidade externa, favorecendo assim, o domínio técnico e a compreensão crítica do papel social das ciências e da responsabilidade ética dos futuros profissionais.

Cabe ressaltar que esta ação contribuiu no esclarecimento das Ciências Forenses, utilizando recursos didáticos e contextualização social para demonstrar

as divergências aos estereótipos transmitidos pelo gênero do *True Crime*. Além de que, possibilitou o desenvolvimento de habilidades, como a capacidade de traduzir a linguagem técnica para uma linguagem mais acessível, desenvolver habilidades na comunicação digital e design, permitindo assim, que os discentes se tornassem protagonistas no processo de divulgação científica. Ressalta-se, que o projeto ainda seguirá ativo em futuras ofertas da disciplina, por meio da publicação de conteúdos e da manutenção das interações com a comunidade, fortalecendo seu caráter extensionista.

Por fim, o projeto atingiu o objetivo como uma fonte de divulgação científica com linguagem acessível, alcançando públicos de diferentes faixas etárias, aproximando assim, o meio acadêmico e a sociedade, favorecendo a democratização do conhecimento.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Pode-se concluir que as atividades desenvolvidas demonstraram a capacidade das Ciências Forenses em dialogar com diferentes públicos, ao traduzir conteúdos acadêmicos, tradicionalmente restritos a ambientes formais, em materiais contextualizados em casos reais, ampliando a alfabetização científica e a sensibilidade social quanto à importância das Ciências Forenses no cotidiano, e promovendo a democratização do conhecimento. Ainda, apresentou a possibilidade de utilizar as redes sociais como um recurso eficaz para disseminar a ciência de modo mais visual e acessível, assim como, instigou o protagonismo estudantil, a interdisciplinariedade e a reflexão crítica sobre o papel social da ciência, com destaque para a importância das ações de extensão na transformação social e de qualificação da formação universitária.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para a cidadania. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, 1996.
- ALBRECHT, E; BASTOS, A. Extensão e sociedade: diálogos necessários. **Em Extensão**, Uberlândia, v. 19, n. 1, p. 54-71, 2020.
- BARROS, F; et al. Ciências forenses: princípios éticos e vieses. **Revista Bioética**, Brasília, v. 29, n. 1, p. 55-65, 2021.
- MARINIAK, M; HILGER, T; GUÉRIOS, E. A Ciência Forense como um campo de conhecimento potencialmente transdisciplinar: uma pesquisa de representações sociais. **Debates em Educação**, Paraná, v. 16, n. 38, p. 1-18, 2024.
- RODRIGUES, P; NETO, D. Divulgação científica por meio do *Instagram*: uma ação extensionista desenvolvida no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia. **Em extensão**, Uberlândia, v. 21, n. 2, p. 151-162, 2022.
- VIARD, M; PAIXÃO, P. O USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: análise de conteúdo do perfil @cienciajuventude. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 13, p. 1-20, 2023.

## POIEMA NAS REDES! E A ESTRATÉGIA POR UMA HISTÓRIA PÚBLICA DIGITAL.

**BRAIAN IRÃ SILVEIRA MARIM<sup>1</sup>**; **PYETRA DE LIMA SCHMIDT<sup>2</sup>**; **DANIELE GALLINDO-GONÇALVES<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – braianmarim@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – pyetraschmidt06@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – danigallindo@yahoo.com*

### 1. INTRODUÇÃO

No avanço da chamada “Era Digital”, boa parte das áreas das Ciências Humanas tem sido posta em questionamento quanto ao seu alcance. Atuação, divulgação, inserção no âmbito profissional e o papel de cada disciplina são algumas das pautas discutidas diante da ascensão de um mundo cada vez mais conectado à internet. Nesse cenário, a História, enquanto disciplina e área de conhecimento, assim como o papel do historiador, não se afastam do impacto desses novos questionamentos. Levanta-se, então, a discussão sobre até que ponto deixamos de ter autoridade historiográfica e se precisamos, por assim dizer, renová-la, ampliando nosso conhecimento e expandindo nossa comunidade para além dos muros acadêmicos.

No campo digital, em plataformas amplamente conhecidas como *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*) e *TikTok*, bem como em outras menos populares, como *Substack*, *Bluesky* e *Medium*, o avanço de influenciadores e de pessoas comuns no campo da História tem ganhado destaque. Vídeos de curiosidades de dois minutos, publicações debatendo conflitos históricos e geopolíticos, análises de acontecimentos recentes e passados, além de imagens históricas, compõem boa parte dos resultados de pesquisa em cada rede social. No entanto, parte desse conteúdo apresenta distorções alinhadas a narrativas de extrema direita, que simplificam eventos, negam crimes históricos e exaltam regimes autoritários, comprometendo a responsabilidade histórica e a qualidade da informação.

Longe de questionar as boas intenções dessa parcela de conteúdo, é necessário problematizar que o ritmo frenético na criação de posts e vídeos curtos, voltados para comentários e curtidas, pode, ainda que proveitoso quando produzido com cautela, representar um risco à integridade do conteúdo histórico, que muitas vezes é simplificado ou deturpado. Como argumenta Foster (2023):

Enquanto possibilita um fazer histórico mais aberto e democrático, a internet, simultaneamente, levanta questões sobre controle, autoridade e quem tem o direito de falar sobre o passado. Apesar de a web fornecer novas vias de distribuição de informação histórica, como e por quem elas são usadas permanecem questões urgentes” (FOSTER, 2023, p. 13)

Ainda assim, é preciso considerar que, apesar do risco latente, esse tipo de divulgação também abre novos espaços de atuação para o historiador. Não podemos ignorar que, enquanto sujeitos, não estamos isentos de contato com o mundo e estamos inseridos nessas redes. A internet, portanto, possibilitou um novo espaço para debates historiográficos sérios.

Diante desse cenário, o POIEMA (Polo Interdisciplinar de Estudos do Medievo e Antiguidade), laboratório vinculado ao Departamento de História da

Universidade Federal de Pelotas, atua como um espaço de produção e circulação de conhecimento para além dos limites formais da academia. Sob a coordenação da professora Daniele Gallindo-Gonçalves e reunindo mais de 20 integrantes, em sua maioria vinculados à UFPel, o grupo conta com a participação de pesquisadores de diferentes etapas da trajetória acadêmica: graduandos em bacharelado e licenciatura, egressos, mestrandos, mestres, doutorandos e doutores em História. Seu propósito central é ampliar e aprofundar as discussões sobre a Antiguidade e a Idade Média, investigando também suas reverberações em outros períodos históricos. Nesse espaço, cada integrante encontra a chance de viver a experiência acadêmica de forma ativa, trocando vivências e saberes. Ao mesmo tempo, constrói-se coletivamente um conhecimento histórico diverso, capaz de desconstruir mitos e valorizar o esforço e a dedicação de todos que dele fazem parte.

Como resultado dessa atuação, a principal vitrine do POIEMA são as redes sociais. O projeto “POIEMA nas redes!” traduz o empenho de seus membros em levar ao público não acadêmico, de forma acessível, descontraída e didática, conteúdos que dialogam com suas pesquisas. Nesse espaço, o passado e o presente se encontram em debates constantes, transformando o ambiente digital em aliado da divulgação histórica — um meio já inserido no cotidiano de grande parte da população. Como observa Foster (2023):

A [internet] é uma força penetrante que está moldando a história pública e assim continuará no futuro. Através dela, alterou-se o modo como historiadores públicos e a população interagem entre si, e com o passado. Já se difundiram milhares de ideias sobre a história a um número incontável de pessoas ao redor de todo o mundo. Tem funcionado como um canal para debates e discussões acerca do passado e conectado pessoas como nunca antes. Enquanto essas novas e virtuais plataformas estão, de modo inegável, mudando a história pública, não há nada de arbitrário em relação ao futuro digital do passado. Longe de estarem sendo forçados a “colaborar [online] ou extinguir-se”, tanto historiadores e como o público em geral têm optado por participar dessa arena digital e usado a internet de diversas e criativas formas (FOSTER, 2023, p. 31)

Nesse sentido, o POIEMA não apenas se insere nesse movimento, mas o fortalece, ocupando espaços digitais com conteúdo histórico rigoroso e engajado, reafirmando que a presença do historiador nas redes é também uma forma de ampliar o alcance da História.

## 2. METODOLOGIA

A proposta do “POIEMA nas redes!” dialoga diretamente com os fundamentos da História Pública. Mais do que uma área de pesquisa (embora também o seja), ela pode ser compreendida como uma forma de atuação historiográfica que não se limita a um repertório fixo de métodos a serem aplicados. Trata-se, antes, de um exercício contínuo de reflexão, no qual se busca compreender, problematizar e reformular narrativas sobre o passado, e igualmente sobre o presente, inserindo-as no debate público, sempre marcado por disputas, tensões e interesses diversos. Além disso, também podemos considerar que nossa metodologia gira em torno da História Pública *Digital*, por tratarmos majoritariamente do contato público através do mundo tecnológico, como definido por Noiret (2015):

A “história pública digital” assume como pressuposto metodológico que a história local possa se tornar parte integrante da reflexão acerca dos

processos de globalização e de uma comparação de âmbito planetário do que é local, dimensão íntima e mais próxima que interessa, seja onde for, ao público (NOIRET, 2015, p. 43)

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Assim, as ações desenvolvidas no projeto concentraram-se, até o momento, na gestão das redes sociais do POIEMA, com ênfase no *Instagram*, principal meio de comunicação do grupo.

Nosso objetivo é expandir constantemente os debates promovidos no espaço acadêmico. Por isso, ampliamos nosso calendário editorial, que hoje conta com cinco eixos temáticos: as efemérides, o projeto “Trevas Não!”, as publicações com cards, o “POIEMA Recomenda” em conjunto com o “POIEMA Problematiza” e o “Blog do POIEMA”, todos majoritariamente produzidos ou organizados pelos membros do Polo.

Inicialmente, o POIEMA concentrava-se nos *posts* — publicações compostas por até dez *cards* com discussões acadêmicas, ora historiográficas, ora baseadas na análise de fontes, sobre diversos tópicos como: recepção da Antiguidade e do Medievo, política, fontes medievais e historiografia. Em 2022, ampliamos a proposta para um formato de consumo mais rápido, o “POIEMA Recomenda”: *reels* no *Instagram* com o objetivo de divulgar mídias relacionadas ao nosso eixo de pesquisa, incluindo filmes, músicas, livros, *animes* e artistas. Em 2024, agregamos a esse formato o quadro “POIEMA Problematiza”: em cinco *cards*, os mesmos membros que produziram o *reel* passam a discutir, problematizar e trazer reflexões críticas sobre a mídia recomendada.

Além disso, demos continuidade à divulgação do Blog do POIEMA, tanto em *cards* quanto em *stories*, como parte de nossa expansão para a comunidade acadêmica. Nele, mestres, doutorandos e doutores publicam textos curtos sobre diferentes temáticas relacionadas ao nosso escopo de pesquisa.

A novidade para 2025 — e, portanto, inserida na atuação da bolsa — foram as efemérides: *cards* sobre eventos históricos e datas comemorativas, voltados para alcançar outros públicos, sempre integrando os conteúdos aos nossos temas de pesquisa com uma linguagem acessível e didática. Nessas publicações, não nos limitamos à Antiguidade e ao Medievo, abordando desde a “Conquista de Jerusalém (1099)” até o “Dia Internacional do Meio Ambiente” e o “Dia (Inter)Nacional do Rock”. Também passamos a divulgar o projeto “Trevas Não!”, voltado à área de ensino, que busca construir um acervo de materiais de apoio didático para professores trabalharem a Idade Média na educação básica.

Ampliamos nossas parcerias e passamos a divulgar eventos com palestras, como o “Cenas Medievais – Pontos de Vista”, realizado pela ABREM (Associação Brasileira de Estudos Medievais), e podcasts, como o “Fios da Fortuna”, produzido pelo Virtù, grupo de História Medieval e Renascentista da Universidade Federal de Santa Maria. Também contamos com *reels* de curiosidades medievais e antigas de Pelotas, realizados pelo professor Mauri. Esses novos formatos e colaborações contribuíram significativamente para diversificar os conteúdos e ampliar o alcance do público.

De acordo com o relatório da Meta, empresa responsável pelo *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, o perfil do POIEMA no *Instagram* registrou, entre maio e agosto de 2025, aproximadamente 141.617 visualizações, sendo 59,8% provenientes de seguidores e 40,2% de não seguidores. Nesse período, o público consumiu cerca de 64,1% do conteúdo em *posts*, 21,1% em *stories* e 14,8% em

reels. Já entre fevereiro e maio de 2025, a conta do Polo no *Instagram* recebeu 2.017 visitas ao perfil.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Até a segunda semana de agosto de 2025, o *Instagram* do POIEMA, contou com 4.841 seguidores, um percentual de crescimento em 3,4% em relação ao primeiro trimestre de 2025. Consideramos um avanço gradual, um crescimento lento que por vezes oscila, mas também uma grande vitória – eis o principal objetivo do POIEMA e de todos os projetos (nas Redes!, Trevas Não!, Recomenda, Problematiza, Blog): a divulgação científica sem fronteiras. Como destacam Mauad, Santhiago e Borges (2018):

Por estas razões, a *história pública que queremos* não se pensa como um campo disciplinar para erguer novos limites; longe disso, propõe-se como uma plataforma de onde se observam a confluência de atitudes comuns face ao tempo e às temporalidades históricas, disseminadas por diferentes instituições, por meio de temas diversos, combativos e difusos, potencializada pela diversidade cultural do nosso país de dimensões continentais. (MAUAD; SANTHIAGO; BORGES, 2018, p. 11)

Ao ocuparmos o espaço digital de forma estratégica e criativa, buscamos não apenas ampliar o alcance das nossas pesquisas, mas também fomentar diálogos e construir pontes entre o saber acadêmico e a sociedade, mantendo viva a proposta de uma divulgação científica sem limites.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MAUAD, A. M., SANTHIAGO, R., BORGES, V. T. Introdução. In: MAUAD, A. M., SANTHIAGO, R., BORGES, V. T. (Org.). **Que história pública queremos? = What public history do we want?**. São Paulo: Letra e Voz, 2018.

FACEBOOK. **Poiema** **UFPEL**. Disponível em: <https://www.facebook.com/poiemaufpel>. Acesso em: 11 ago. 2025

FOSTER, Meg. Online e plugados! História pública e historiadores/as na era digital. In: PEREIRA, Márcio José (org.). **História Pública: entre conceitos, lugares e experiências**. Maringá, PR: Edições Diálogos; Rio de Janeiro, RJ: ProfHistória, 2023, p. 12-35.

INSTAGRAM. **Poiema** **UFPEL**. Disponível em: <https://www.instagram.com/poiemaufpel/>. Acesso em: 11 ago. 2025

NOIRET, Serge. História Pública Digital | Digital Public History. **Liinc em Revista**, [S. I.], v. 11, n. 1, 2015. DOI: 10.18617/liinc.v11i1.797. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/3634>. Acesso em: 11 ago. 2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS. **Poiema UFPEL**. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/poiema/>. Acesso em: 11 ago. 2025



## LETRAMENTO DIGITAL EM FOCO: USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO ACADÊMICA E PROMOÇÃO DO ENVELHECIMENTO ATIVO

**MARIA VIANNA TERENZI<sup>1</sup>; GUILHERME BRUM BUCK<sup>2</sup>; MATEUS SCHMECKEL MOTA<sup>3</sup>; MARIA EDUARDA BRUM BARBOZA DA SILVA<sup>4</sup>; ADRIANA SCHÜLER CAVALLI<sup>5</sup>; GIOVANA DUZZO GAMARO<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mariavterenzi@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas - buck7706@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas - mateusmota.ufpel@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas - brummariadeuuarda@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas - adriscavalli@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas - giovana.gamaro@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

A Universidade Aberta para Idosos (UNAPI), vinculada à Universidade Federal de Pelotas (UFPel), tem como objetivo promover a inclusão social, digital, educacional e cultural de pessoas idosas, por meio de ações formativas e extensionistas. A UNAPI se consolida como um espaço de aprendizagem contínua e de fortalecimento do envelhecimento ativo, valorizando o protagonismo da pessoa idosa e o diálogo intergeracional (CAVALLI et al., 2017).

Com o avanço das tecnologias digitais e o manuseio cotidiano das redes sociais, ter conhecimento das ferramentas que facilitam o acesso de forma segura, autônoma e com independência se tornou necessário para os idosos. No entanto, o processo de inclusão digital dessa população nem sempre ocorre de forma natural, devido às barreiras relacionadas à usabilidade, linguagem e ao desconhecimento das ferramentas. (BANHATO et al., 2007). O Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003), em seu Artigo 21, assegura o acesso à educação, incluindo o estímulo à aprendizagem da computação e demais avanços tecnológicos como forma de promover a integração e a participação ativa do idoso na sociedade. A inclusão digital é, portanto, um direito e um caminho essencial para garantir o envelhecimento ativo. Além disso, essa aprendizagem é fundamental para estimular a comunicação e a socialização dos idosos.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD (IBGE - Pnad Contínua 2016-2024), o uso da internet entre pessoas com 60 anos ou mais cresceu de 44,8% em 2019 para 69,4% em 2024, enquanto a posse de celular alcançou 78,1% neste grupo. Esses dados evidenciam tanto a crescente adesão dos idosos à tecnologia quanto a necessidade de iniciativas que garantam o uso qualificado e autônomo dessas ferramentas, especialmente em plataformas de grande alcance, como o Instagram.

O presente trabalho consiste em um relato de experiência extensionista da elaboração e aplicação de uma oficina sobre o uso do Instagram, desenvolvida para os participantes da UNAPI. A partir do levantamento de informações valiosas através de um questionário formulado pelos pesquisadores sobre hábitos de uso, barreiras encontradas e caminhos para tornar a comunicação digital mais

acessível e eficaz entre os idosos, este trabalho tenta elucidar o que foi trabalhado na oficina.

## 2. METODOLOGIA

Este estudo teve caráter descritivo transversal (PEREIRA, M. G., 2018). A ideia da atividade surgiu a partir da vivência como bolsista responsável pela produção de conteúdo para o perfil institucional da UNAPI no Instagram. Observando a necessidade de compreender se os conteúdos publicados estavam, de fato, alcançando o público idoso, foi proposta uma oficina com o intuito de verificar como os idosos lidavam com a plataforma e, ao mesmo tempo, entender a relação dos idosos com a rede social do Instagram. A amostra foi composta pelos idosos matriculados na Oficina “Instagram para Idosos - Conectando-se no mundo digital”. \* A Oficina foi oferecida através da divulgação nos meios de comunicação da Rede RBS TV, Instagram da UNAPI UFPel e Portal da Universidade Federal de Pelotas (UFPel/RS). Ao total compareceram à Oficina 49 idosos, sendo destes 1 homem e 48 mulheres. A Oficina foi realizada nas dependências da UFPel/RS com duração de 120 minutos. Na parte inicial da Oficina foi entregue um questionário com perguntas sobre o uso das redes sociais, tais como: “Você já tem conta no Instagram?”, “Qual é a frequência de uso?”, “Quais dificuldades você já teve ou tem para usar o Instagram?”. E solicitado que os idosos respondessem o mesmo. Após foi iniciada a conversa com os idosos tentando solucionar dúvidas sobre as ferramentas do aplicativo Instagram, ensinando com o auxílio de slides em como realizar publicações no seu próprio aparelho celular, acessar mensagens e como interagir com as postagens de outros usuários. Ao final foi entregue outro documento procurando entender o que os idosos aprenderam ao longo da Oficina, e o que ainda restava de dúvidas com o intuito de ser preparada uma nova Oficina para esclarecer estes pontos ainda não elucidados.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Do total de 49 idosos, responderam aos dois instrumentos 31 idosos. Tivemos uma perda amostral de 18 idosos justificada, principalmente, pelo não comparecimento na segunda etapa da oficina. O público foi majoritariamente composto por mulheres, o que reflete o perfil predominante dos frequentadores da UNAPI.

No diagnóstico inicial, surgiram barreiras comuns de letramento digital na velhice, principalmente ligadas à falta de confiança e ao medo de errar. À pergunta “Quais dificuldades você já teve ou tem ao usar o Instagram?”, 19 participantes marcaram “Medo de fazer algo errado”, o item mais marcado nessa questão. Esse dado ajuda a distinguir um ponto importante: não se trata apenas de desconhecimento de “onde clicar”, mas de receio de causar danos na conta, no aparelho ou postar algo que não deveria. Em paralelo, embora muitos possuam conta no Instagram, relataram uso nulo ou muito raro, sugerindo que a existência de conta não equivale a uso funcional, um indício de contas criadas por terceiros ou de adesão formal porém sem conhecimento ou apropriação prática.

A percepção de conforto com o dispositivo também apareceu como limitador: à pergunta “Você se sente confortável utilizando o celular para acessar

*redes sociais?*”, 23 participantes marcaram “mais ou menos” ou “não”, reforçando que ações eficazes precisam incluir tanto tarefas no app quanto competências básicas de navegação no celular (memória de senhas, reconhecimento de ícones, fluxo de voltar/avançar, noções de segurança).

Após a oficina, os indicadores apontaram ganhos de confiança e intenção de uso. À pergunta “Agora você se sente *mais confiante para usar o Instagram?*”, 27/31 responderam “sim” ou “um pouco”. E à pergunta “*Você pretende usar o Instagram com mais frequência depois da oficina?*”, 26/31 marcaram “sim” ou “talvez”. Esses resultados sugerem que vivências práticas, guiadas e contextualizadas reduzem o medo de errar e destravam o uso cotidiano. Vale notar ainda a demanda por continuidade: “*Gostaria de participar de outras oficinas de redes sociais ou celular?*” obteve 27/31 “sim”, confirmando a relevância de dar continuidade a esse tipo de iniciativa.

No plano comunitário e comunicacional, a oficina cumpre duas funções: (1) amplia a autonomia digital para que os idosos alcancem informações relevantes (editais, atividades e orientações) em um canal mais acessível que o portal institucional da UFPel, além de servir como espaço estratégico para destacar temas importantes relacionados ao envelhecimento humano e informar sobre a abertura de novas turmas, aulas e oficinas; e (2) fortalece os vínculos afetivos e a participação social dos idosos, já que o Instagram se torna um espaço para acompanhar familiares, amigos e conteúdos de interesse pessoal, ao mesmo tempo em que possibilita interagir e se sentir parte de uma comunidade. No plano formativo, a ação favorece a prática extensionista dos bolsistas: planejar, executar e avaliar uma intervenção comunicacional com base em dados de campo, estimulando reflexões sobre acessibilidade digital (clareza da linguagem, ritmo de ensino e estratégias de apoio individual) e também sobre temas complementares, como segurança digital, gestão de senhas e leitura de notificações e temas de apoio.

Em síntese, os achados reforçam que medo de errar e baixo conforto com o celular são os principais freios ao uso do Instagram; oficinas práticas com foco em tarefas significativas (curtir, comentar, compartilhar, enviar mensagem, publicar) aumentam a confiança e a intenção de uso, com potencial de ampliar o alcance das comunicações da UNAPI para além da comunidade acadêmica.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A oficina “Instagram para Idosos - Conectando-se no mundo digital” alcançou o objetivo de aproximar os participantes do uso de redes sociais como ferramenta de informação, comunicação e integração social. A ação reafirma o papel da UNAPI como promotora de inclusão e como espaço de diálogo intergeracional, ao reconhecer que o acesso digital é um direito e um recurso essencial para o envelhecimento ativo. Ao mesmo tempo, fortalece a presença da universidade como parceira no cotidiano dos idosos, criando pontes entre saber acadêmico e necessidades reais da comunidade.

Para além do aprendizado imediato, a experiência revelou o valor da extensão como prática transformadora, capaz de gerar impacto social e, ao mesmo tempo, formativo. No contato direto com o público, os bolsistas tiveram a

oportunidade de desenvolver competências que ultrapassam o campo técnico, como a empatia, a comunicação clara e a adaptação pedagógica.

Por fim, a ação reforça que iniciativas de inclusão digital precisam ser contínuas e adaptadas às necessidades do público idoso. Assim, garantem não apenas o acesso à informação e aos serviços, mas também o fortalecimento do protagonismo dos idosos na sociedade conectada, ampliando as relações intergeracionais e consolidando a universidade como um espaço efetivamente inclusivo. O Instagram também se consolida como ferramenta estratégica para dar visibilidade a debates sobre envelhecimento humano e manter os idosos informados sobre novas turmas e oficinas, garantindo a permanência e a participação ativa nesse espaço formativo.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

CAVALLI, Adriana Schüler ; NOGUEIRA, Ana Carolina ; GILL, Lorena A. ; LINDOSO, Zayanna C. L. . A formação permanente de idosos através da Universidade Aberta. In: Francisca F. Michelon, Ana da Rosa Bandeira. (Org.). **A Extensão Universitária nos 50 anos da Universidade Federal de Pelotas.** 1ed. Pelotas: Editora UFPel, 2020, v. 1, p. 117-126.

**ESTATUTO DA PESSOA IDOSA.** Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003. Redação da Lei nº 14.423, de 2022. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/l10\\_741.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10_741.htm). Acesso em: 15 de julho de 2025.

IGBE. **Em 2023, 88,0% das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram Internet.** Agência IBGE, Brasil, 16 de ago. 2024. Notícias. Acessado em 20 de jul. 2025. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41026-em-2023-87-2-das-pessoas-com-10-anos-ou-mais-utilizaram-internet>

PEREIRA, M. G. **Epidemiologia: teoria e prática.** 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2018.

## DA ESCOLA À UNIVERSIDADE: ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO DO CURSO DE ENGENHARIA AGRÍCOLA DA UFPEL

AMANDA MANSKE PLAMER<sup>1</sup>; ESTEVAN ALCÂNTARA HUCKEMBECK<sup>2</sup>; MAIARA SCHELLIN PIEPER<sup>3</sup>; TALISSON NATAN TOCHTENHAGEN<sup>4</sup>; RODRIGO DA COSTA CARDOSO<sup>5</sup>; MAURIZIO SILVEIRA QUADRO<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas- amandamanske13@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – estevanhuckembeck@gmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – maiarapieper@gmail.com

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – talissontochtenhagen@gmail.com

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – rodrigocc3006@gmail.com

<sup>6</sup>Universidade Federal de Pelotas – mausq@hotmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

A falta de sintonia entre a oferta de programas de acesso ao ensino superior e a divulgação eficiente de como funcionam e para que servem cria uma barreira complexa: a juventude, além de não saber das opções existentes, acaba acreditando que a universidade não é um lugar para si. Torna-se crucial que ações informativas e de direcionamento sejam implementadas em conjunto com as escolas públicas para transformar essa situação de exclusão, tanto no plano das ideias quanto na prática (MACHADO et al., 2021).

O curso de Engenharia Agrícola da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) foi instituído em 27 de outubro de 1972, sendo o primeiro do Brasil, originado da demanda por integrar os saberes da Engenharia às Ciências Agrárias (LUZ, 2021). Mesmo após cinco décadas de trajetória, observa-se que boa parte da sociedade ainda desconhece a existência do curso e o papel que esse profissional desempenha no mercado. Frente a esse cenário de evasão precoce e desigualdade no acesso ao ensino superior, torna-se ainda mais relevante o papel de projetos de extensão que aproximem o ambiente universitário das realidades escolares. De acordo com o Censo da Educação Superior (INEP/MEC, 2024), apenas 27% dos estudantes que concluíram o ensino médio em 2022 ingressaram no ensino superior em 2023. Esse número é ainda mais preocupante entre os alunos da rede pública estadual, com uma taxa de ingresso de apenas 21%, e se agrava no caso dos egressos de escolas rurais, dos quais somente 16% conseguiram acessar o ensino superior no ano seguinte. Esses dados escancaram o abismo entre concluir a educação básica e acessar o ensino superior, evidenciando a urgência de iniciativas que aproximem a universidade dos jovens das periferias e do campo, não apenas como um direito, mas como uma possibilidade concreta e transformadora de futuro.

As ações de extensão universitária constituem um importante elo entre a universidade e a sociedade, permitindo que o conhecimento acadêmico dialogue com as necessidades concretas das comunidades. Esse intercâmbio gera benefícios mútuos, ao mesmo tempo em que identifica demandas sociais e fortalece a atuação institucional no território em que está inserida (RODRIGUES et al., 2013). Com base nessa perspectiva, o Programa de Educação Tutorial de Engenharia Agrícola (PET-EA) da UFPel desenvolve o projeto “Divulgação do Curso”, com o objetivo de ampliar a visibilidade do curso de Engenharia Agrícola, além de ampliar a presença institucional da UFPel e consolidar sua relevância social entre estudantes do ensino médio e a comunidade regional. A iniciativa busca não apenas apresentar o curso e suas possibilidades profissionais, mas também incentivar o ingresso no ensino superior por meio do ENEM e dos processos seletivos da universidade como o Programa de Avaliação da Vida

Escolar (PAVE), contribuindo para uma formação mais consciente e acessível. Desse modo, iniciativas como a do PET-EA mostram-se essenciais para transformar informação em oportunidade, promovendo uma universidade mais acessível, representativa e conectada com os desafios sociais de seu objetivo.

## 2. METODOLOGIA

O projeto de divulgação do curso foi estruturado com base em duas diretrizes centrais: a realização de visitas presenciais a escolas de ensino médio e a produção de materiais informativos voltados à promoção da graduação em Engenharia Agrícola da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Para subsidiar essas ações, foram elaborados slides de apresentação, folders explicativos, além de cartazes institucionais, cuidadosamente planejados para comunicar, de forma clara e acessível, as principais características do curso.

Com o intuito de organizar e sistematizar as informações obtidas durante o levantamento das instituições de ensino, foi construída uma planilha no software Microsoft Excel, contendo dados de identificação, localização e contato de cada escola. Com as informações organizadas, deu-se início à etapa de contato com as instituições de ensino. Os primeiros encaminhamentos foram realizados prioritariamente por meio de e-mails institucionais, sendo complementados, quando necessário, por ligações telefônicas. Essa etapa teve como objetivo apresentar o Programa de Educação Tutorial em Engenharia Agrícola (PET-EA) e contextualizar as propostas do projeto de extensão “Divulgação do Curso de Engenharia Agrícola”, estabelecendo uma comunicação direta com os(as) responsáveis pelas escolas e abrindo espaço para o agendamento das visitas.

As visitas às escolas tiveram como propósito aproximar a universidade da comunidade escolar, promovendo o esclarecimento de dúvidas a respeito da estrutura curricular, das áreas de atuação do engenheiro agrícola e da relevância social e tecnológica da profissão. A partir de setembro de 2024, foram intensificadas as visitas às escolas de ensino médio, com foco na divulgação do curso de Engenharia Agrícola da UFPel. Esse período foi estrategicamente escolhido por coincidir com o calendário de inscrições para o Programa de Avaliação da Vida Escolar (PAVE) e com o momento em que os estudantes concluintes do ensino médio estão tomando decisões sobre sua trajetória no ensino superior, especialmente aqueles que realizarão o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Durante essa etapa, foram visitadas as instituições E.E.E.M. Professora Elizabeth Blass Romano, Colégio Estadual Nossa Senhora do Bonfim, E.E.E.M. Deputado Adão Pretto e I.E.E. Ponche Verde.

As visitas, previamente agendadas com as direções escolares, contaram com a participação de integrantes do PET-EA, que apresentaram o curso, suas áreas de atuação e a estrutura curricular, promovendo um diálogo direto e informativo com os estudantes. Como recurso de apoio, foi utilizada uma apresentação de slides desenvolvida na plataforma Canva, a qual serviu de base para a condução das falas e contribuiu para tornar o momento mais dinâmico e interativo. Essa abordagem favoreceu um ambiente propício ao diálogo, promovendo a troca de conhecimentos e possibilitando o esclarecimento de dúvidas por parte dos estudantes.

Ao final da apresentação, foi aplicado um breve questionário aos estudantes, com o intuito de avaliar o nível de conhecimento prévio sobre o curso de Engenharia Agrícola, bem como identificar o perfil e o interesse do público-alvo. O instrumento continha as seguintes perguntas: (1) Você já ouviu falar do curso de Engenharia Agrícola?; (2) Você tem contato com o meio rural?;

(3) Você é incentivado(a) a cursar uma graduação?; (4) Qual o seu nível de interesse na área da Engenharia Agrícola?; (5) Qual das áreas da Engenharia Agrícola chama mais sua atenção?; (6) Após a palestra, você considera cursar Engenharia Agrícola?; (7) Como você avalia a palestra?

Os questionamentos ajudaram a identificar os aspectos da Engenharia Agrícola que mais atraem os estudantes e a avaliar o impacto das ações de divulgação, fornecendo subsídios para novas estratégias de engajamento. Além disso, a participação na Mostra de Cursos da UFPel ampliou o alcance da iniciativa e fortaleceu o vínculo do PET-EA com o público interessado no ensino superior.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Ao término das visitas realizadas às escolas de ensino médio, foi aplicado um questionário aos estudantes do último ano, totalizando 104 respostas válidas. Entre as questões propostas, uma das mais relevantes foi: "Você já tinha conhecimento do curso de Engenharia Agrícola?". Dos respondentes, 82,7% afirmaram já ter ouvido falar sobre o curso, enquanto 17,3% relataram desconhecê-lo.

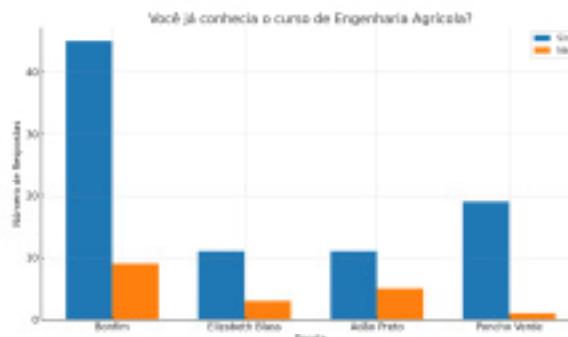


Figura 1: Resposta a pergunta, você já tinha conhecimento do curso de Engenharia Agrícola?

O resultado mostra que, apesar do aumento da visibilidade do curso de Engenharia Agrícola pelas ações do PET-EA, ainda existem falhas na disseminação de informações para os estudantes do ensino médio. A pesquisa evidenciou que, após a palestra, 61,5% dos alunos passaram a considerar o curso como opção, inclusive aqueles que antes não o conheciam. Isso indica que a falta de interesse decorre mais da ausência de contato com o meio acadêmico do que de desmotivação dos estudantes.

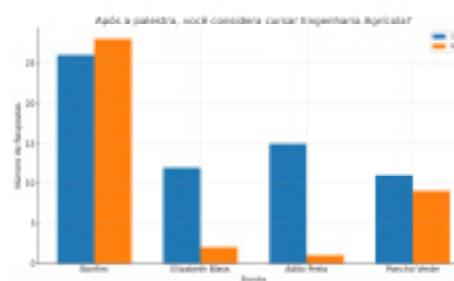


Figura 2: Resposta a pergunta, Depois da palestra, você pensa em fazer Engenharia Agrícola?

Nesse contexto, a atividade extensionista desempenhou um papel fundamental ao ultrapassar obstáculos informativos e estimular o interesse de possíveis futuros alunos. A diferença entre os dois gráficos apresentados indica que o simples fornecimento de informações claras e contextualizadas sobre o curso pode ser crucial para mudar a visão dos alunos sobre a carreira. Dessa forma, destaca-se a relevância de iniciativas constantes de divulgação, que possam impactar de forma positiva a decisão profissional dos jovens e reforçar a presença da Engenharia Agrícola nas comunidades escolares da região.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A partir da análise dos dados obtidos durante as visitas, foi possível constatar que grande parte dos estudantes do ensino médio ainda desconhece o curso de Engenharia Agrícola da UFPel e as atribuições profissionais do engenheiro agrícola. No entanto, as ações de divulgação realizadas têm contribuído de forma significativa para ampliar o conhecimento sobre a graduação, despertando o interesse e a curiosidade dos alunos em relação à área. Observa-se, portanto, que a aproximação entre a universidade e a comunidade escolar tem potencial para impactar positivamente na escolha profissional dos estudantes, fortalecendo a imagem do curso e estimulando uma maior procura nas próximas edições do PAVE e do ENEM. Os efeitos positivos dessas ações já podem ser observados por meio de outro projeto desenvolvido pelo PET-EA, o Programa de Acompanhamento de Ingressantes (PAI), que tem identificado um número crescente de estudantes que conhecem o curso a partir das atividades de divulgação promovidas pelo grupo. Essa relação entre os projetos reforça a importância da continuidade e do aperfeiçoamento dessas iniciativas, que, além de estreitar os laços com a comunidade externa, contribuem diretamente para o fortalecimento e a valorização da Engenharia Agrícola enquanto área estratégica para o desenvolvimento sustentável.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**BRASIL.** Censo da Educação Superior 2024: cartilha de orientação. *Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP)*, 2024. Disponível em: [https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas\\_e\\_indicadores/cartilha\\_de\\_orientacao\\_censo\\_da\\_educacao\\_superior\\_2024.pdf](https://download.inep.gov.br/publicacoes/institucionais/estatisticas_e_indicadores/cartilha_de_orientacao_censo_da_educacao_superior_2024.pdf). Acesso em: 28 jul. 2025.

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

**MACHADO, G.F.; et al.** Políticas de acesso ao ensino superior e o desconhecimento dos estudantes da rede pública. *Revista Internacional de Educação e Justiça Social*, [S.I.], v.10, n.1, p.109-128, 2021. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7921835.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2025.

**RODRIGUES, A.L.L.; COSTA, C.L.N. do A.; PRATA, M.S.; BATALHA, T.B.S.; PASSOS NETO, I.F.** Contribuições da extensão universitária na sociedade. *Caderno de Graduação – Ciências Humanas e Sociais*, Sergipe, v.1, n.2, p.141-148, fev. 2013. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/cadernohumanas/article/view/494>. Acesso em: 30 jul. 2025.

## DESENVOLVIMENTO E APLICAÇÃO DO MANUAL DE IDENTIDADE DO GRUPO PET ARQUITETURA E URBANISMO

NATALIA QUINTAS DE ALMEIDA; MARIANA MEDEIROS GONÇALES<sup>2</sup>; FÁBIO KELLERMANN SCHRAMM<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – nataliaquintas.arq@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – marianam.goncales@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – fabioks@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda o desenvolvimento de dois produtos correlacionados: um Manual de Identidade e a migração do site do Grupo PET Arquitetura e Urbanismo para a plataforma WordPress Institucional, desenvolvidos por bolsistas do grupo entre 2024 e 2025. O manual de identidade é uma ferramenta estratégica fundamental para garantir a padronização, a consistência e o reconhecimento da comunicação visual de uma instituição ou grupo. Ao sistematizar diretrizes sobre uso de logotipos, cores, tipografias e outros elementos gráficos, ele não apenas preserva a integridade da marca, mas também facilita sua aplicação por diferentes pessoas, mantendo coesão estética e reforçando a imagem institucional ao longo do tempo.

No caso do PET, a criação de um manual de identidade buscou consolidar uma comunicação visual representativa e alinhada aos princípios do programa. Desenvolvido por bolsistas entre 2024 e 2025, o documento organiza e orienta o uso dos elementos gráficos do grupo, contribuindo para sua visibilidade e valorização.

Como aplicação prática dessa identidade revisada e normatizada, realizou-se a migração do site do PET para a plataforma institucional WordPress, de modo que o portal passasse a integrar o domínio oficial da UFPel. Essa transição não apenas adequou a presença digital do grupo às normas institucionais, como também permitiu que a identidade visual estabelecida no manual fosse incorporada de forma consistente à interface e ao conteúdo do site.

### 2. MÉTODO

O processo de desenvolvimento do manual de identidade teve início com o resgate da história e dos propósitos do PET, destacando sua atuação na formação integral de estudantes através da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. A partir disso, foram definidos os pilares visuais da marca, com alterações na identidade trabalhadas de forma a reforçar o logotipo que já era utilizado, criado pelo Grupo PET Artes Visuais em 2013, como logotipo padrão para os grupos PET da UFPel. Foram definidos usos para o logotipo completo e suas variações (reduzido e mini), adequadas para diferentes plataformas e usos – desde documentos oficiais até redes sociais.

As cores e fontes foram criteriosamente selecionadas para garantir versatilidade, legibilidade e identificação imediata. A paleta contempla combinações vibrantes e neutras, refletindo a diversidade de atuação do grupo. Diferentes famílias de fontes foram aplicadas para usos diferentes, de modo a equilibrar impacto visual e clareza na leitura.

Além dos elementos básicos, o manual apresenta recursos gráficos complementares e orientações de aplicação em diferentes fundos, reforçando a consistência da marca. Um diferencial importante é a criação de submarcas, como o selo “PET+”, dividido em oito categorias temáticas, e o selo “Aqui Tem PET”, voltado à divulgação de fotos de atividades e ações do grupo.

Imagen 1: Aplicações e Submarcas

Fonte: Manual de Identidade PET Arquitetura e Urbanismo (p. 14;16, 2025)



O manual, portanto, não apenas organiza e normatiza a identidade visual do grupo, mas também funciona como uma ferramenta estratégica de comunicação, promovendo a visibilidade das ações do PET e reafirmando seu compromisso com a formação dos estudantes de Arquitetura e Urbanismo.

A migração do site para a plataforma institucional foi feita levando em consideração as informações presentes no antigo site e, ao mesmo tempo, criando espaços para novas informações e ramificações das atividades do grupo. O site do PET Arquitetura e Urbanismo passou a apresentar uma estrutura clara e acessível, com seções de Início, Quem Somos, Mentorias, Mosaico, Documentos, Galeria, Acervo e Contato. Na página inicial há destaques visuais em um carrossel (como mentorias oferecidas pelo PET, ações do PET Solidário e chamadas para o próximo evento), bem como uma agenda embedada que traz os próximos eventos, atividades e datas importantes.

Imagen 2: Página inicial do site do PET Arquitetura e Urbanismo

Fonte: disponível em <<https://wp.ufpel.edu.br/petarquitetura/>>



### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A implementação de ambos os produtos desenvolvidos gerou impactos positivos em diferentes âmbitos. A história e propósito do PET Arquitetura e Urbanismo, presentes no manual, serviram de base para a elaboração de uma apresentação do grupo feita aos alunos ingressantes do curso. Quanto à migração do website, pode-se afirmar que a estruturação do portal facilitou a divulgação das informações através de links diretos, a exemplo do processo de seleção de novos bolsistas que recebeu uma subpágina dedicada com o edital, cronograma e comunicados.

Para a avaliação da implementação do manual foi feita uma pesquisa interna ao grupo PET. Para a coleta de dados, optou-se pela aplicação de um questionário estruturado com escala de Likert de 5 pontos, instrumento amplamente utilizado em pesquisas de opinião e

percepção, especialmente quando se busca mensurar atitudes e julgamentos subjetivos (GIL, 2008; MARCONI; LAKATOS, 2017). Essa escala permite avaliar o grau de concordância dos respondentes em relação a determinadas afirmações, sendo adequada para medir dimensões como utilidade percebida e facilidade de uso de produtos e serviços.

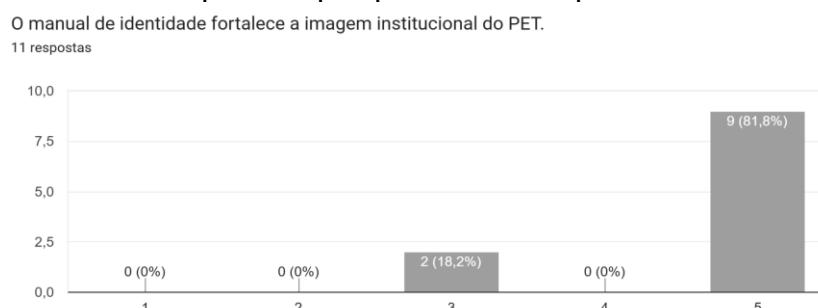
A pesquisa inicia com um bloco de identificação do perfil dos respondentes, investigando o tempo de participação no grupo PET Arquitetura e Urbanismo e se o integrante já colaborou na criação de materiais gráficos. Em seguida, apresenta-se um conjunto de afirmações divididas em três eixos: Utilidade do Manual de Identidade, Facilidade de Uso e Acesso e Percepção Geral e Impacto, avaliadas por meio de uma escala de Likert de 1 a 5, sendo 1 que representa “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”.

No eixo de Utilidade, as questões buscam medir se o manual é útil para padronizar materiais e se suas diretrizes são relevantes para as atividades do grupo. Na Facilidade de Uso e Acesso, avalia-se se os participantes sabem onde encontrar o manual, se o compreendem com facilidade e se conseguem aplicar suas orientações sobre cores e tipografias. Por fim, no eixo de Percepção e Impacto, investiga-se se o manual fortalece a imagem institucional do PET, se a identidade visual representa bem o grupo e se a experiência é recomendada a outros PETs. A pesquisa encerra com uma questão aberta para sugestões, permitindo contribuições qualitativas para melhorias.

Ao analisar as respostas da pesquisa, percebe-se que existe um entendimento da maioria de que o manual é útil para a padronização dos materiais, que as orientações sobre cores e tipografias são acessíveis e aplicáveis e, também, há um acordo geral de que o manual fortalece a imagem institucional do PET. Embora o conteúdo seja bem recebido, há uma variação notável nas opiniões sobre a facilidade de encontrar o manual, o que é refletido por uma maior dispersão nas respostas sobre esse item. A recomendação para que outros grupos PET desenvolvam os seus próprios manuais também apresenta uma gama mais ampla de respostas, o que pode estar relacionado com a facilidade de acesso ao manual.

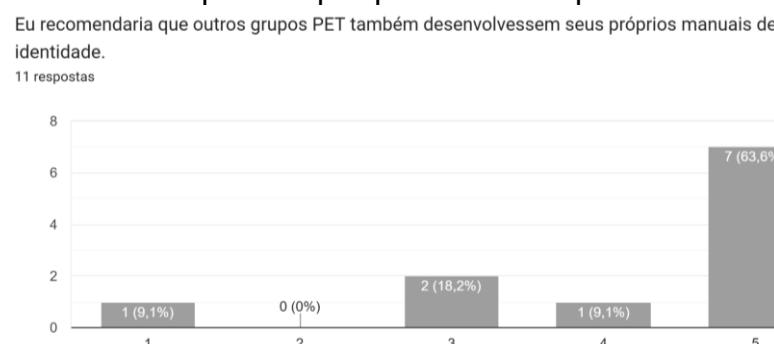
**Imagem 3: “O manual de identidade fortalece a imagem institucional do PET”**

**Fonte:** respostas à pesquisa elaborada pelas autoras



**Imagem 4: “Eu recomendaria que outros grupos PET também desenvolvessem seus próprios manuais de identidade”**

**Fonte:** respostas à pesquisa elaborada pelas autoras



#### 4. CONSIDERAÇÕES

Considera-se que o desenvolvimento do Manual de Identidade e a migração do site do PET Arquitetura e Urbanismo para a plataforma institucional representaram avanços significativos na consolidação da comunicação do grupo. Ambos os produtos reforçaram a visibilidade e a credibilidade do PET, ao mesmo tempo em que facilitaram a organização interna e a difusão das atividades.

Além de favorecer a padronização das produções gráficas, a iniciativa contribui diretamente para ampliar o alcance das ações e eventos do grupo junto à comunidade acadêmica. A presença em um portal institucional, somada a uma identidade visual coesa e clara, fortaleceu a divulgação das atividades, permitindo que informações como editais, oficinas, projetos culturais e eventos fossem acessadas de forma mais eficiente por estudantes e demais interessados.

A pesquisa realizada junto aos integrantes do grupo indica que o manual cumpre sua função ao oferecer suporte prático e acessível, fortalecendo o sentimento de pertencimento e a autonomia dos bolsistas na aplicação da marca. Nesse sentido, o trabalho reafirma o papel do design e da comunicação visual como elementos centrais não apenas na organização interna, mas também no fortalecimento da imagem institucional do PET e na efetiva aproximação com a comunidade universitária.

#### 5. AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Ministério da Educação (MEC) e ao Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) pelo apoio prestado ao Programa de Educação Tutorial (PET) da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Os recursos e o suporte contínuo foram essenciais para a realização das nossas atividades acadêmicas e para a formação dos estudantes bolsistas, fortalecendo o ensino, a pesquisa e a extensão universitária.

#### 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

**PET Arquitetura – Grupo do Programa de Educação Tutorial da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo | UFPEL**. Acessado em 19 ago. 2025. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/petarquitetura/>

**UFPEL. Manual de Identidade.** PET Arquitetura e Urbanismo, Pelotas, 2025. Acessado em 19 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/petarquitetura/files/2025/08/Manual-de-Identidade-PET-Arquitetura.pdf>

## RÁDIOJOR: A CONTRIBUIÇÃO DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA PARA O DESENVOLVIMENTO NO CAMPO DO RÁDIOJORNALISMO

RIDLEY MADRID DA SILVA<sup>1</sup>; RICARDO ZIMMERMANN FIEGENBAUM<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – euoridley@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ricardozifi@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho aborda o papel do rádio como uma ferramenta essencial de extensão universitária e de formação profissional, focando no projeto RádioJor, uma iniciativa da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). A área de conhecimento em questão é o Radiojornalismo, compreendido como uma prática que conecta a teoria acadêmica com as demandas e necessidades do mercado de trabalho.

O estudo parte da problematização sobre a lacuna existente entre o conhecimento adquirido em sala de aula e o desenvolvimento de habilidades essenciais para a atuação em veículos de comunicação. Como apontam BARBEIRO e LIMA (2003), a teoria jornalística, por vezes, se distancia da sua aplicação prática, o que torna imperativo o estabelecimento de espaços que promovam a vivência profissional dos estudantes ainda no ambiente universitário. Além disso, o trabalho considera a visão de autores como VICENTE (2018) e CARDOSO; VILLAÇA (2022), que exploram a evolução do rádio em modelos de produção e consumo mais recentes, como o podcast, e debatem se essa nova mídia representa uma disruptão ou uma submissão à lógica de grupos hegemônicos.

Nesse contexto, a rádio, enquanto um veículo dinâmico e de grande alcance (FERRARETTO, 2007), oferece um campo fértil para a aplicação de princípios jornalísticos e o aprimoramento de técnicas. É a partir dessa premissa que o projeto RádioJor se estabelece como uma resposta direta a essa necessidade. A iniciativa atua como um laboratório vivo de produção radiofônica, fornecendo aos estudantes um guia abrangente de produção (MCLEISH, 2001) para poderem exercer e praticar seus conhecimentos, desenvolvendo um conjunto de habilidades que serão cruciais para o futuro mercado de trabalho. Dessa forma, o projeto não só qualifica a formação acadêmica, mas também fortalece a comunicação da universidade com a comunidade.

O objetivo deste trabalho é, portanto, descrever a experiência do projeto de extensão RádioJor, destacando sua estrutura como um "projeto guarda-chuva" que centraliza a produção de diferentes programas. Serão apresentados os relatos e impactos gerados pela iniciativa, detalhando a atuação dos programas 'Radar de Notícias' e 'Federal Revista'. Por fim, serão expostas as considerações finais sobre a contribuição do projeto para a formação acadêmica e profissional dos estudantes envolvidos, bem como para o fortalecimento do diálogo entre a UFPel e a sociedade por meio do rádio.

### 2. METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado com base em um estudo descritivo e exploratório, focado nos procedimentos adotados pelo projeto de extensão

RádioJor. O caráter descritivo da pesquisa, conforme Gil (2002), se manifesta na descrição detalhada dos processos e características do projeto, enquanto a abordagem exploratória permite aprofundar o conhecimento sobre a sua atuação e seus impactos. A metodologia de produção radiofônica da iniciativa foi pautada na aplicação prática dos princípios do Radiojornalismo, alinhada com as diretrizes de produção expostas em um guia abrangente de produção (MCLEISH, 2001). A equipe utiliza um fluxo de trabalho que envolve a curadoria de pautas, a apuração de informações de fontes confiáveis, a redação de roteiros, a gravação, edição e finalização de áudios.

A relação dialógica com o setor da sociedade foi estabelecida por meio de uma articulação direta com a Rádio Federal FM, que atua como o principal meio de veiculação do conteúdo produzido. O diálogo com a comunidade ocorre a partir da escolha de pautas de interesse público e por meio da veiculação dos programas 'Federal Revista' e 'Radar de Notícias', que buscam informar, valorizar a cultura local e amplificar a voz da comunidade. O envolvimento dos estudantes, majoritariamente de cursos da área de comunicação, foi organizado por meio de um plano de trabalho semanal, no qual cada membro assume responsabilidades.

Já no que diz respeito à articulação com Ensino e Pesquisa, isso se dá por meio da aplicação de conhecimentos teóricos adquiridos em disciplinas da graduação e na busca por um referencial teórico sólido que embase a prática. A avaliação da atividade é contínua e ocorre por meio de reuniões, que permitem o feedback mútuo entre os membros da equipe e o professor coordenador, visando aprimorar constantemente os processos de produção e a qualidade dos programas.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A ideia de um projeto guarda-chuva refere-se a uma iniciativa de grande escala que centraliza e coordena ações e subprojetos menores, mas que compartilham um mesmo objetivo ou tema central. Nesse contexto, o projeto de extensão RádioJor atua como um laboratório vivo de produção radiofônica na Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Desta forma, a iniciativa torna-se um espaço de exercício e prática para os estudantes, permitindo que eles apliquem seus conhecimentos e desenvolvam habilidades essenciais para o futuro mercado de trabalho. Como consequências, o projeto também fornece conteúdos de qualidade para a Rádio Federal FM, estreitando os laços entre a universidade e a sociedade. Dentre as produções, o projeto gerencia dois programas atualmente: o 'Radar de Notícias' e o 'Federal Revista'.

Com uma frequência diária de segunda a sexta-feira, o "Radar de Notícias" produz boletins informativos que cobrem os principais acontecimentos do dia. São produzidos cinco boletins por semana, com uma duração média de oito minutos, reunindo notícias da UFPel, de Pelotas e da região, além de boletins esportivos e culturais. O projeto consolidou-se como uma fonte de informação confiável e de serviço para a população, com pautas decididas pela relevância social em vez de interesses mercadológicos. O processo de produção é ágil, com as notícias sendo apuradas, redigidas e transmitidas no mesmo dia. Atualmente, o projeto conta com uma equipe de oito membros.

Todas as notícias são extraídas de fontes oficiais checadas pelo editor chefe. A versão final de cada edição é assinada por todos que enviaram material, mas a responsabilidade de edição e checagem é do bolsista, que coordena a produção junto do professor. A dinâmica diária do "Radar de Notícias" contribui significativamente para a formação acadêmica, pois o projeto exige que os

participantes sejam claros e objetivos em um tempo mínimo de produção. Isso desenvolve uma capacidade acentuada de elaboração de pautas, administração do tempo e senso de responsabilidade, uma vez que a escolha do que será veiculado dita a credibilidade do programa.

Atualmente em fase embrionária, o "Federal Revista" está passando por uma reestruturação para sua nova temporada, com previsão de lançamento para o mês de setembro. Em sua primeira versão, o programa produziu dois episódios-piloto, servindo como uma plataforma para a divulgação da produção artística e cultural da região. As pautas, apresentadas pelos participantes, giravam em torno de um tema central, como "cinema brasileiro", e eram debatidas por todos os membros da equipe. O formato anterior incluía blocos temáticos fixos com curiosidades, uma agenda cultural e a programação de cinema local.

O novo formato busca se assemelhar a um modelo de podcast, concentrando-se em um único assunto principal narrado, o que explora a capacidade do rádio de criar "poderosas imagens mentais" nos ouvintes (FERRARETTO, 2007). A escolha da pauta será feita com base na relevância de temas tratados durante a semana, buscando assuntos que gerem longas conversas e histórias interessantes. Este novo modelo se alinha à visão de VICENTE (2018) de que o podcasting abre espaço para diferentes e criativos modelos de produção, além de permitir o aprofundamento e segmentação de temas e públicos. O primeiro episódio, por exemplo, abordará a nova fase do Theatro Sete de Abril, que está próximo de sua reabertura, após 15 anos fechado. Outros assuntos incluem a valorização de artistas autorais em Pelotas, um polo cultural, compreendendo o movimento nacional pelo olhar local. Para isso, o programa irá conversar com artistas, produtores e casas de show que possuem esse olhar de valorização da obra autoral.

A presença de um entrevistado terá o papel de contribuir para a história ao contar a sua versão sobre o assunto. O objetivo é que, ao reunir mais vozes, a narrativa se torne mais completa e interessante. Essa abordagem também valoriza a comunidade ao dar protagonismo a quem vivencia a história, reafirmando o "potencial comunitário" do rádio, um veículo que "diminui distâncias" (FERRARETTO, 2007). A produção está sob a responsabilidade do bolsista, que pesquisa as pautas e realiza as entrevistas. A coleta de pautas não possui um ponto fixo, exigindo um olhar de curadoria constante, que vai desde o monitoramento de redes sociais até a busca de assuntos em veículos e rodas de conversa. Essa liberdade na produção e autonomia com custos baixos são características do podcast (CARDOSO; VILLAÇA, 2022) e contribuem para a natureza de mídia alternativa do projeto. A ideia é que o programa tenha edições semanais, a serem exibidas toda sexta-feira.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Em vista dos objetivos propostos, o projeto de extensão RádioJor está em processo de consolidação como um espaço fundamental de exercício e prática para os estudantes, permitindo a aplicação direta de conhecimentos teóricos e o desenvolvimento de habilidades essenciais para a atuação profissional. Os impactos já visíveis demonstram a efetiva contribuição do projeto para a formação acadêmica, com aprimoramento de competências como apuração, redação e edição de áudio, além da experiência com a gestão de pautas e a responsabilidade de produção diária.

No âmbito comunitário e universitário, a iniciativa fortalece os laços entre a UFPel e a sociedade por meio da disseminação de conteúdo de relevância social. A veiculação de programas como o "Federal Revista", que valoriza a cultura local, e o "Radar de Notícias", que oferece um serviço de informação ágil, reafirma o potencial da Rádio Federal FM como um veículo de comunicação relevante e confiável. O projeto RádioJor se constrói, portanto, não apenas como um laboratório de aprendizado, mas também como um agente de transformação social e cultural, com perspectivas contínuas de desenvolvimento.

Em vista dos objetivos propostos, o projeto de extensão RádioJor consolidou-se como um espaço fundamental de exercício e prática para os estudantes, permitindo a aplicação direta de conhecimentos teóricos e o desenvolvimento de habilidades essenciais para a atuação profissional. Os resultados obtidos demonstram a efetiva contribuição do projeto para a formação acadêmica, com aprimoramento de competências como apuração, redação e edição de áudio, além da experiência com a gestão de pautas.

No contexto atual de sucateamento da Rádio Federal FM e seu afastamento do curso de Jornalismo, o projeto RádioJor se mostra como uma iniciativa crucial. Essa distância é prejudicial para a formação dos estudantes e desanimadora para aqueles que se encontram distantes do ambiente profissional. Nesse sentido, o projeto demonstra a importância de a própria emissora atuar como um laboratório vivo, ampliando sua capacidade de ser relevante para a sociedade e para a universidade. A veiculação de programas como o "Federal Revista", que valoriza a cultura local, e o "Radar de Notícias", que oferece um serviço de informação ágil, reafirma a rádio como um veículo de comunicação relevante e confiável. O projeto RádioJor se mostra, portanto, não apenas como um espaço de aprendizado, mas também como um agente de transformação social e cultural, com perspectivas de expansão e continuidade para o futuro.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, Heródot; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARDOSO, Marcelo; VILLACA, Lenize. Podcast no Brasil: disruptão de modelos de comunicação ou submissão à lógica de grupos hegemônicos de poder? **Revista ALTERJOR**, v. 12, n. 25, 2022.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio. Um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SOARES, R. de Lima; SILVA, G. (orgs.) **Emergências periféricas em práticas midiáticas**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes-Universidade de São Paulo, 2018.

## PET-EA CONECTADO: REDES SOCIAIS COM PONTE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE

**KEILA ARIANE HOLZ FONSECA<sup>1</sup>; BRUNO NUNES HUBNER<sup>2</sup>; MAIARA SCHELLIN PIEPER<sup>3</sup>; GUILHERME DOS SANTOS TEDESCO<sup>4</sup>;**  
**MAURIZIO SILVEIRA QUADRO<sup>5</sup>; RICARDO SCHERER POHNDORF<sup>6</sup>;**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – keilaholz2024@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – hubnerbruno9@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – maiarapieper@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – guilhermetedesco42@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – mausq@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – ricardoscherer.eng@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Na sociedade em rede, a comunicação digital reconfigurou as interações sociais e institucionais, tornando as mídias sociais plataformas centrais para a disseminação de informação (CASTELLS, 2013). No âmbito acadêmico, as Instituições de Ensino Superior têm explorado esses canais como ferramentas estratégicas não apenas para o engajamento estudantil, mas também para a divulgação científica, buscando traduzir o conhecimento técnico para a comunidade externa (KENSKI, 2003). Contudo, persiste um desafio significativo na comunicação pública de certas áreas do saber, como a Engenharia Agrícola, cuja amplitude de competências e funções é frequentemente mal compreendida pelo público geral. Essa lacuna de entendimento constitui a principal problematização deste estudo: a dificuldade em estabelecer uma identidade profissional clara e valorizada para o engenheiro agrícola perante a sociedade.

Nesse contexto, o presente trabalho analisa as estratégias de comunicação digital implementadas pelo Programa de Educação Tutorial do curso de Engenharia Agrícola (PET-EA) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O grupo utiliza as redes sociais Instagram e YouTube para promover suas atividades e, fundamentalmente, para elucidar o papel do engenheiro agrícola. Diante do exposto, este estudo tem como objetivo geral analisar como o uso estratégico das mídias sociais pelo PET-EA contribui para a divulgação científica e o fortalecimento da identidade do curso de Engenharia Agrícola. Especificamente, busca-se: descrever as principais ações de comunicação realizadas nas plataformas selecionadas; avaliar o potencial dessas ações para esclarecer as competências da profissão; e discutir o papel dessas ferramentas como integradoras entre a comunidade acadêmica e a sociedade.

A iniciativa do PET-EA se insere em um desafio mais amplo da comunicação pública da ciência, que envolve a transposição da barreira entre o conhecimento especializado e a sociedade. Conforme aponta BUENO (2010), o projeto realiza um esforço de "divulgação científica", que se distingue da mera comunicação entre especialistas por sua finalidade de traduzir e tornar acessível o saber acadêmico. As plataformas digitais oferecem o canal para essa divulgação, mas as interações que elas permitem são complexas. Sob a ótica de PRIMO (2003), as lives podem fomentar uma "interação mútua", de diálogo, enquanto vídeos expositivos tendem a gerar uma "interação reativa", cada qual com um potencial distinto para o engajamento do público. Além do impacto externo de valorização do curso, essa atividade de divulgação gera um efeito interno fundamental: ao se engajarem na "tradução" de seu futuro campo profissional, os estudantes reforçam sua própria

identidade e integração acadêmica, um fator que, segundo a influente teoria de TINTO (1993), é central para a permanência e o sucesso no ensino superior.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo central compreender de que maneira a utilização estratégica das mídias sociais pelo PET-EA contribui para a valorização e difusão da Engenharia Agrícola. Busca-se, portanto, demonstrar como a comunicação digital pode atuar como ponte entre universidade e sociedade, favorecendo não apenas a divulgação científica, mas também o fortalecimento da identidade do curso e a aproximação da comunidade acadêmica com o público externo.

## 2. METODOLOGIA

O Programa de Educação Tutorial em Engenharia Agrícola (PET-EA) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) utiliza as redes sociais como ferramenta estratégica para divulgação das atividades do grupo, compartilhamento de resultados e aproximação da universidade com a comunidade. Entre abril e agosto de 2025, o *Instagram* foi identificado como o principal canal de comunicação.

A metodologia adotada consistiu na análise quantitativa e qualitativa das publicações realizadas durante o período estudado. Para tanto, foram considerados: a frequência das postagens, os tipos de conteúdo (*feed*, *reels* e *stories*), o engajamento das publicações. Além disso, foi implementada uma estratégia de intensificação das postagens no *feed* e de produção de *reels* apresentados pelos próprios petianos, com o objetivo de tornar o conteúdo mais dinâmico, interativo e atraente, fortalecendo a comunicação com diferentes públicos.

Os conteúdos analisados englobaram divulgação de projetos e iniciativas do grupo, curiosidades sobre o curso da Engenharia Agrícola, datas comemorativas, ações coletivas e registros do cotidiano acadêmico que são divulgados em *feed*, *reels* e *stories*. A abordagem metodológica buscou compreender de que forma o uso planejado e estratégico das mídias sociais contribui para ampliar a visibilidade do curso, valorizar as atividades do grupo e consolidar o vínculo entre universidade e sociedade.

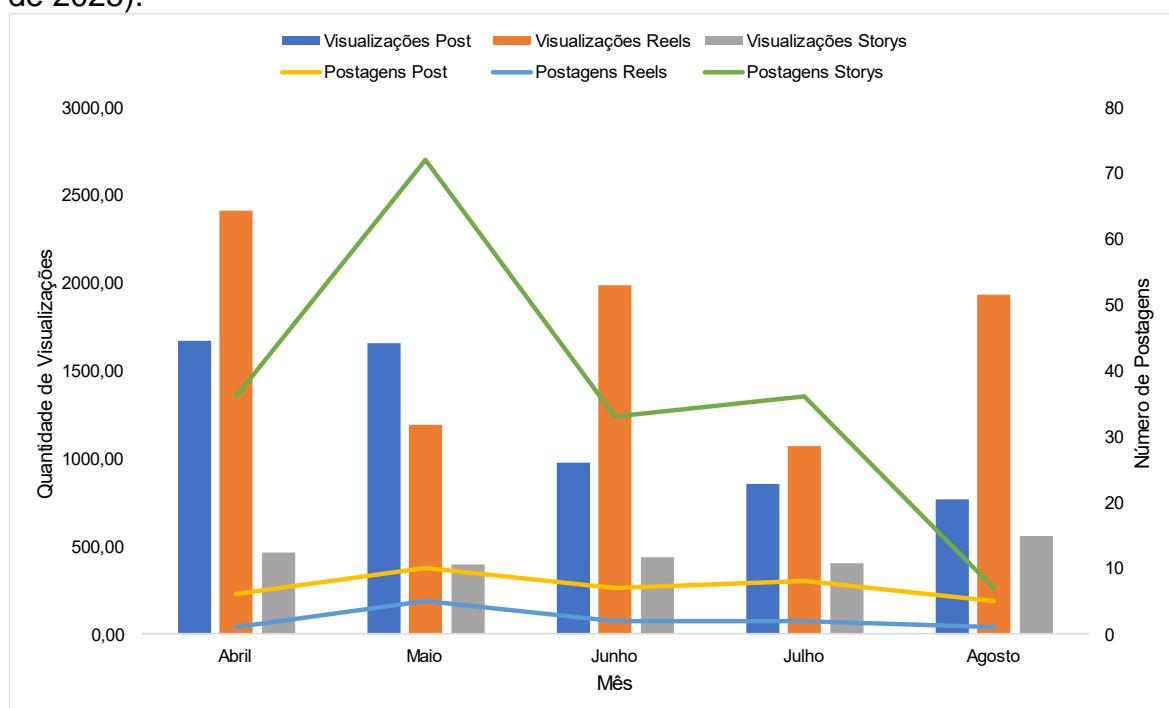
## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Entre abril e agosto de 2025, o PET-EA ampliou de forma expressiva sua atuação no *Instagram*, totalizando 213 publicações entre *feed*, *reels* e *stories*, com média aproximada de 30 postagens mensais. Esse período foi marcado pela diversificação de formatos e pela valorização da participação dos próprios petianos na produção dos conteúdos, especialmente nos *reels*, o que contribuiu para aproximar ainda mais o grupo de seu público.

As publicações abrangeram desde registros do cotidiano acadêmico até a divulgação de projetos, eventos, ações coletivas, curiosidades e datas comemorativas relacionadas à Engenharia Agrícola. Essa variedade de abordagens favoreceu a conexão com diferentes perfis de seguidores e ampliou o alcance das mensagens, incluindo públicos externos à comunidade universitária.

O gráfico a seguir (Figura 1) ilustra a média de visualizações por tipo de postagem (*feed*, *reels* e *stories*) em comparação com o número de publicações mensais. Observa-se que os *reels* apresentam maior número de visualizações, enquanto a produção consistente de *stories* contribui para manter o engajamento contínuo.

Figura 1 – Média de visualizações vs. número de postagens por mês (abril a agosto de 2025).



Fonte: Autores, 2025.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

As ações desenvolvidas pelo PET-EA entre abril e agosto de 2025 reforçam a importância das redes sociais como ferramenta estratégica para aproximar a universidade da comunidade e ampliar a difusão de conhecimentos sobre a Engenharia Agrícola. A adoção de estratégias mais dinâmicas, como o aumento da produção de *reels*, contribuiu para consolidar um espaço de diálogo e troca de experiências, fortalecendo o vínculo com diferentes públicos.

Os impactos observados demonstram que o trabalho planejado e contínuo nas mídias digitais favorece tanto a valorização do curso e do grupo dentro da universidade quanto a sua presença e relevância na comunidade externa. Além disso, a vivência proporcionada aos estudantes envolvidos reafirma o potencial das atividades extensionistas para a formação acadêmica e cidadã, aproximando teoria e prática e estimulando o desenvolvimento de competências essenciais para a atuação profissional.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 14. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

COSTA, Wilson da. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 1-12, jan./dez. 2010.

KENSKI, Vani Moreira. **Tecnologias e ensino presencial e a distância**. 9. ed. Campinas: Papirus, 2003.

PRIMO, Alex. Interações mediadas por computador: a comunicação e apropriação na Cibercultura. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 10, n. 22, p. 103-116, dez. 2003.

TINTO, Vincent. **Leaving college**: rethinking the causes and cures of student attrition. 2. ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

## DA PÓS-VERDADE À PRÁTICA: A CHECAGEM DE INFORMAÇÕES COMO ESTRATÉGIA PEDAGÓGICA NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

LIDIANE PINTO LOPES; HUGO LEONARDO DE OLIVEIRA; MARCO AURELIO DA CRUZ SOUZA; MATEUS SCHMECKEL MOTA

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – [ascomlopes@outlook.com](mailto:ascomlopes@outlook.com)*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – [hleo.oliveira@gmail.com](mailto:hleo.oliveira@gmail.com)*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – [marcoaurelio.souzamarco@gmail.com](mailto:marcoaurelio.souzamarco@gmail.com)*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – [mateusmota.ufpel@gmail.com](mailto:mateusmota.ufpel@gmail.com)*

### 1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, temos percebido que a pós-verdade tem se intensificado, colocando emoções e crenças pessoais acima dos fatos objetivos. Esse fenômeno afeta diferentes esferas, como a política, a comunicação e, de maneira significativa, a academia, em especial a extensão universitária. Nesse ambiente, a confiança entre a universidade e a comunidade é um pilar fundamental, e a circulação de informações falsas ou não verificadas (como vínculos institucionais e formações acadêmicas inexistentes) representa um risco real à legitimidade e à credibilidade dos projetos.

Diante desse cenário, a checagem de informações torna-se uma prática indispensável. Ela não serve apenas para proteger a instituição, mas também para qualificar a formação de todos os envolvidos em atividades externas, sejam palestrantes convidados ou participantes de ações extensionistas. Este artigo defende a verificação como um recurso pedagógico que contribui para a promoção da ética na comunicação. Ao discutir os desafios impostos pela pós-verdade, o texto propõe a integração da checagem de informações como um elemento estruturante e formativo das práticas de extensão universitária.

### 2. METODOLOGIA

Este estudo é qualitativa quanto a abordagem, de natureza exploratória e analítica, combinando pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. O objetivo é compreender como a checagem de informações pode ser integrada como prática formativa na extensão universitária, a partir do desafio imposto pela pós-verdade. A pesquisa se estrutura em duas etapas principais:

- 1. Revisão Bibliográfica:** Foi realizada uma busca em obras e artigos que abordam os fenômenos da pós-verdade e da desinformação, com foco em seus impactos em instituições sociais. Os principais referenciais teóricos foram Byung-Chul Han (2018) No Enxame: Perspectivas do Digital, e a discussão sobre fake news na democracia brasileira proposta por Renata Abibe Ferrarezi (2023). O intuito foi construir um panorama teórico para fundamentar a discussão.
- 2. Análise Documental:** Documentos oficiais, como a Política Nacional de Extensão Universitária do FORPROEX (2012), foram analisados para identificar diretrizes e objetivos relacionados à qualidade e à ética das ações extensionistas. Em seguida, foram investigados casos midiáticos e relatos de fraude em contexto universitário, como a Operação PHD, para ilustrar as vulnerabilidades do sistema. A análise buscou evidências de como a

ausência de checagem pode comprometer a credibilidade e a legitimidade institucional.

A partir dessas análises, a pesquisa foi guiada por três eixos principais:

- O impacto da pós-verdade nas instituições sociais.
- A extensão universitária como ferramenta para a formação crítica e cidadã.
- A checagem de informações como estratégia pedagógica e de legitimidade institucional.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A proposta de integrar a checagem de informações como prática formativa na extensão universitária encontrou uma recepção positiva e promissora. Um levantamento com seis projetos de extensão vinculados à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC-UFPEL) revelou total aceitação em propor e aplicar o letramento midiático em suas atividades. Essa adesão voluntária indica que a comunidade acadêmica reconhece a importância de fortalecer a ética na comunicação para além dos protocolos institucionais.

O objetivo dessa iniciativa é duplo. Do ponto de vista pedagógico, a inclusão do letramento midiático visa capacitar coordenadores e bolsistas a desenvolverem um senso crítico apurado. O foco está em oficinas práticas, onde os participantes aprenderam a analisar a fonte de uma informação, a reconhecer conteúdos manipulados e a discernir a confiabilidade de dados antes de compartilhá-los com a comunidade. Isso não apenas protege a imagem da universidade, mas também forma cidadãos mais preparados para o complexo ambiente informacional da pós-verdade.

Essa abordagem reflete a visão de Byung-Chul Han (2018), que aponta como a ausência de mecanismos de checagem contribui para a disseminação da desinformação, que "destrói o espaço público e a democracia". Ao incorporar a checagem de informações no cerne da extensão, a universidade não só protege sua credibilidade, mas, reafirma seu papel como um agente de transformação social, capaz de fornecer à comunidade ferramentas práticas para combater a desinformação. O resultado esperado é um fortalecimento da confiança e um vínculo mais sólido entre a academia e a sociedade.

### 4. CONSIDERAÇÕES

A era da pós-verdade impõe desafios inéditos à universidade e, em especial, à extensão universitária. A circulação de informações falsas ou não verificadas ameaça tanto a legitimidade institucional quanto a efetividade das ações de impacto social. Nesse cenário, a checagem de informações se apresenta não apenas como um mecanismo de defesa, mas como uma prática formativa essencial.

Ao integrar a verificação de dados (como diplomas, vínculos institucionais e documentos) nos processos extensionistas, a universidade fortalece seu compromisso com a transparência, a ética e a formação cidadã. Mais do que resguardar sua imagem, essa prática promove a construção de uma sociedade crítica e capaz de resistir às manipulações da desinformação. O fortalecimento do vínculo entre universidade e comunidade, portanto, depende da consolidação da checagem como parte estrutural da prática extensionista, em diálogo com o letramento midiático e com as perspectivas de uma educação crítica e emancipatória. Não se trata apenas de preservar a reputação, mas de assegurar a

legitimidade dos projetos, valorizando a ética, a responsabilidade e o laço com a comunidade.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FORPROEX. Política Nacional de Extensão Universitária. Manaus: FORPROEX, 2012. Disponível em: <https://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2025.

HAN, Byung-Chul. No enxame: perspectivas do digital. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.

FERRAREZI, Renata Abibe. **Impactos das fake news na democracia brasileira.** 2023. 80 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, 2023. Disponível em: <https://repositorio.uscs.edu.br/items/07a3d3a8-c96e-4366-9360-db29b6c087aa>. Acesso em: 27 ago. 2025.

G1 RS. Professores da UFRGS são presos por fraude em bolsas de estudo. G1 Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 16 dez. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2016/12/professores-da-ufrgs-sao-presos-por-fraude-em-bolsas-de-estudo.html>. Acesso em: 27 ago. 2025.

## INTERDISCIPLINARIDADE EM AÇÃO: COMUNICAÇÃO, DESIGN E A DEMOCRATIZAÇÃO DO SABER NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

HUGO LEONARDO DE OLIVEIRA<sup>1</sup>; LIDIANE PINTO LOPES<sup>2</sup>; MARCO AURELIO DA CRUZ SOUZA<sup>3</sup>; MATEUS SCHMECKEL MOTA<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [hleo.oliveira@gmail.com](mailto:hleo.oliveira@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [ascomlopes@outlook.com](mailto:ascomlopes@outlook.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [marcoaurelio.souzamarco@gmail.com](mailto:marcoaurelio.souzamarco@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [mateusmota.ufpel@gmail.com](mailto:mateusmota.ufpel@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo refletir sobre a relevância da integração entre comunicação e design atuação extensionista de um bolsista, especialmente no contexto da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), ressaltando como essa prática contribui para a formação universitária, democratizando o saber e favorecendo a construção de uma capacitação e de um conhecimento genuíno, partilhado com e a partir da sociedade. Nesse sentido, este trabalho reflete sobre a relevância da formação interdisciplinar dos estudantes na extensão universitária, entendendo-a como recurso que amplia as possibilidades pedagógicas e expressivas e democratiza o saber. Pela sua indissociável relação entre ensino, pesquisa e extensão, essa formação compartilha e expande o conhecimento em benefício do desenvolvimento social, cultural e comunitário. No cenário contemporâneo, em que comunicação visual, cultura digital e inovação ocupam lugar central, a interdisciplinaridade e a integração extensionista permitem uma formação capaz de transitar por diferentes áreas do conhecimento, mobilizando linguagens diversas para responder a desafios complexos MORIN, (2000). Nesse horizonte, no campo da comunicação e da educação, o design surge como uma linguagem interdisciplinar, ultrapassando os limites disciplinares e tornando-se fundamental para práticas pedagógicas, comunicacionais e criativas. Diante dos desafios sociais e tecnológicos atuais, torna-se necessário transcender a formação disciplinar, estabelecendo diálogo e construindo conhecimento genuíno com a sociedade. Assim, a interdisciplinaridade potencializa a formação universitária e a configura como espaço de troca de saberes, onde o conhecimento produzido é compartilhado e transformado pelas experiências acadêmicas e comunitárias. Essa via de mão dupla é essencial para fortalecer a cidadania e consolidar a universidade como instituição engajada e socialmente relevante.

De acordo com o FORPROEX (2012), a extensão universitária constitui-se como prática acadêmica indissociável, de caráter interdisciplinar, educativo e transformador, consolidando-se como via privilegiada de diálogo entre universidade e sociedade. Nesse sentido, FREIRE (1996) já ressaltava que a extensão deve ser compreendida como prática dialógica, baseada na escuta, na troca e na construção de saberes.

### 2. METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa qualitativa quanto a abordagem, de natureza exploratória e descritiva, baseada na modalidade de relato de experiência. O

estudo consiste na análise crítica da atuação de um dos autores que atua como bolsista no contexto da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), com foco na integração entre as linguagens de comunicação e design.

A metodologia fundamenta-se na concepção dialógica de extensão, proposta por Freire (1996), que vê a prática extensionista como uma via de mão dupla, de troca e construção coletiva de saberes. A pesquisa foi conduzida em duas etapas principais:

- **Revisão Bibliográfica:** Fundamentação teórica dos conceitos de extensão universitária, interdisciplinaridade e o papel do design no ambiente acadêmico. Foram consultadas obras de autores como Paulo Freire e Edgar Morin, além de documentos institucionais como a Política Nacional de Extensão Universitária do FORPROEX (2012).
- **Relato de Experiência e Análise:** Reflexão e análise crítica da prática extensionista na PREC, no período de 16 de Agosto de 2004 a 31 de Agosto de 2025. Foram examinadas as atividades desenvolvidas pelo bolsista, os projetos colaborativos e as interações com a comunidade, a fim de ilustrar como a abordagem interdisciplinar e o uso do design contribuíram para os objetivos educacionais e sociais das ações de extensão.

A avaliação das atividades foi realizada de forma contínua, por meio da observação do engajamento do público, do alcance nas redes sociais, da participação nos eventos, e do feedback da equipe da PREC e de parceiros institucionais.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

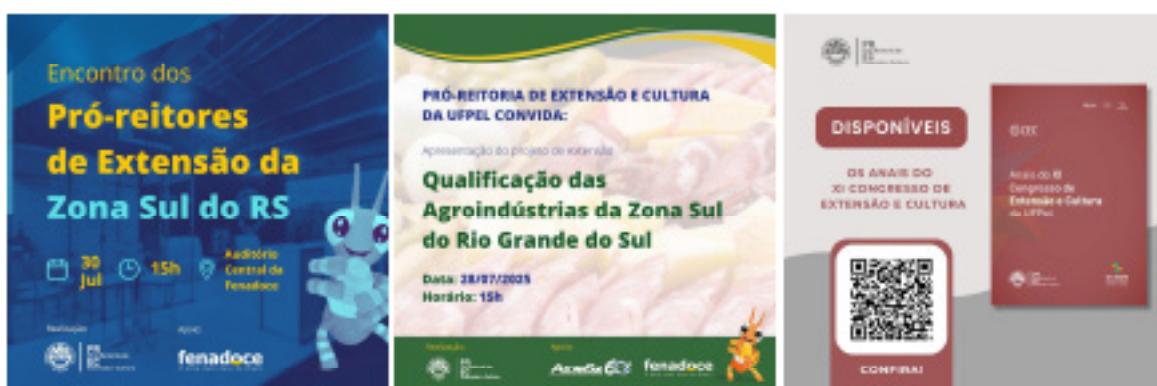
As ações de design e comunicação desenvolvidas pelo bolsista na Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC) geraram impactos significativos, tanto na visibilidade das atividades extensionistas quanto no engajamento da comunidade. A criação de materiais como cards, cartazes, logotipos e a editoração de anais, com destaque para a Fenadoce, o Encontro dos Pró-Reitores de Extensão da Zona Sul e o 43º Seminário de Extensão Universitária da Região Sul (SEURS), fortaleceram a imagem institucional da UFPel. Essa atuação não se restringiu à divulgação, mas facilitou o acesso à informação e incentivou a participação da comunidade em todas as iniciativas. No âmbito cultural, a elaboração da identidade visual para projetos como o Encontros no Choro permitiu uma comunicação mais clara e atrativa, reforçando os projetos como espaços de expressão artística e social. Da mesma forma, os cards sobre debates de clima e território promoveram o engajamento da comunidade local, incentivando a escuta ativa e a busca por soluções coletivas. Esses resultados reforçam a função social da universidade na promoção da cidadania. Um outro impacto evidente foi o fortalecimento da articulação entre ensino, pesquisa e extensão, conforme maior detalhamento no item 3.1 desse trabalho.

O envolvimento de estudantes nas atividades de design proporcionou um aprendizado prático e interdisciplinar, alinhado à proposta de Morin (2000) sobre uma formação integral e conectada à realidade social. A participação em projetos coletivos também desenvolveu habilidades essenciais como trabalho em equipe, planejamento e tomada de decisão em contextos reais. O design, na produção dos anais do XI Congresso de Extensão, consolidou o conhecimento gerado e ampliou seu alcance. Atuando como ferramenta estratégica, ele democratizou a informação e fortaleceu a identidade dos projetos. Isso demonstra que a

interdisciplinaridade entre comunicação e design transforma a extensão em um processo de impacto social, educativo e cultural.

### 3.1. O Design como Ferramenta Estratégica: Resultados na Comunicação e na Formação

O design atua como uma ferramenta estratégica na comunicação, transformando a extensão universitária. Mais do que estética, ele otimiza a visibilidade dos projetos e fortalece a identidade institucional. Ao integrar estudantes nas atividades de criação, o design também se torna uma prática pedagógica, complementando a formação acadêmica e preparando profissionais com competências interdisciplinares essenciais para o mercado atual.



#### 4. CONSIDERAÇÕES

A experiência de extensão na Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC) demonstra que o design, enquanto linguagem visual, é uma ferramenta poderosa de mediação entre universidade e sociedade. Ele contribui de forma estratégica para a divulgação de ações, projetos e eventos que afirmam direitos sociais, culturais e ambientais. Ao produzir materiais gráficos para essas iniciativas, é possível perceber que o design transcende seu papel meramente estético, tornando-se um instrumento de comunicação, educação e mobilização social.

As ações relatadas evidenciam que a extensão universitária, quando articulada de forma interdisciplinar, integra design, comunicação, ensino e pesquisa para fortalecer a construção de espaços democráticos e inclusivos. Essa prática é capaz de aproximar a universidade de diferentes segmentos da sociedade e se alinha à proposta de que ciência e educação são meios para afirmar direitos sociais e a justiça ambiental. Reconhece-se que as desigualdades sociais, raciais, econômicas e ambientais são interdependentes e exigem respostas coletivas e colaborativas. A participação dos estudantes em processos de co-criação, avaliação e comunicação visual permitiu que eles compreendessem a extensão como um espaço de diálogo, aprendizado e inovação. Isso está em consonância com a perspectiva da UFPel Afirmativa, que busca fortalecer identidades sociais e promover práticas sustentáveis e cidadãs.

Dessa forma, este trabalho demonstra que a interdisciplinaridade entre comunicação e design, aplicada à extensão universitária, não apenas aumenta a visibilidade e o alcance das ações acadêmicas, mas também contribui para a formação dos bolsistas, a construção de uma universidade mais engajada, socialmente responsável e comprometida com a justiça ambiental, a democratização do conhecimento e a promoção de uma sociedade mais equitativa. Em última análise, a experiência comprova que ciência, cultura, comunicação e design podem atuar em conjunto para afirmar direitos, fortalecer comunidades e aproximar a produção acadêmica dos desafios sociais e ambientais contemporâneos.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FREIRE, P. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa. 36. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- MORIN, E. Introdução ao pensamento complexo. 9. ed. Porto Alegre: Sulina, 2000.
- FORPROEX. Política Nacional de Extensão Universitária. Manaus: FORPROEX, 2012. Disponível em: <https://proex.ufsc.br/files/2016/04/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Extens%C3%A3o-Universit%C3%A1ria-e-book.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2025.



## COMUNICADORES EM CONSTRUÇÃO: EDUCOMUNICAÇÃO NA PRÁTICA ESCOLAS - OFICINAS DE FOTOGRAFIA E TELEJORNALISMO NO COLÉGIO SÃO JOSÉ DE PELOTAS

ALENKA RODRIGUES WYSE<sup>1</sup>; SILVIA PORTO MEIRELLES LEITE<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – alenkawyse@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – silviameirelles@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão “Comunicadores em Construção” foi desenvolvido com alunos do quarto ano do Ensino Fundamental I do Colégio São José de Pelotas. Com o objetivo de apresentar aos estudantes as diferentes formas de produzir jornalismo e discutir o uso de inteligência artificial, realizou-se atividades práticas em oficinas de fotografia e telejornalismo. A partir das oficinas, os alunos tiveram a oportunidade de entrar em contato com questões como responsabilidade digital e uso ético de imagens, produção de entrevistas e boletins, além de conhecer e utilizar os equipamentos profissionais comumente utilizados no meio jornalístico.

Na era digital e dos dispositivos móveis, em que percebe-se o contínuo crescimento do uso popular de redes sociais como meios de informação e consumo de conteúdo, observa-se um deslocamento do papel dos meios tradicionais (RECUERO, 2009) como fonte primária de busca de conhecimento. Desta forma, torna-se necessário refletir acerca de quais noções as novas gerações possuem sobre o jornalismo, incluindo sua importância para a formação cidadã e o processo de produção das notícias.

Nesse sentido, a escola se configura como espaço privilegiado para a apropriação de práticas comunicativas que auxiliem crianças e adolescentes a interpretar o mundo e se expressar com autonomia. O método de oficinas foi escolhido por possibilitar a aprendizagem ativa e participativa, na qual os alunos não apenas recebem informações, mas também produzem conhecimento a partir de experiências práticas. As oficinas favorecem a experimentação, a troca entre pares e a criatividade, possibilitando a produção colaborativa no espaço escolar. Essa escolha dialoga com a perspectiva da educomunicação, que defende a construção de ecossistemas comunicativos onde a comunicação é vista como um processo educativo transformador em diversos contextos (SOARES, 2011).

A fotografia e o telejornalismo, vertentes popularmente conhecidas do jornalismo, foram selecionadas como eixos do projeto por serem linguagens possíveis de adaptar para a aprendizagem infantil e atrativas para os alunos. Além de estarem presentes em seu cotidiano por meio das redes sociais, do consumo de conteúdos digitais e, em menores proporções conforme levantado com os próprios estudantes, da televisão. Essas práticas permitem que os estudantes desenvolvam habilidades técnicas (como foco, enquadramento, produção de roteiro de perguntas e entrevista), ao mesmo tempo em que são convidados a refletir sobre o impacto de imagens no ambiente digital e estimular o lado crítico por meio da elaboração de questões sobre diferentes temáticas educacionais, culturais e sociais. Assim, a proposta não se limita ao domínio instrumental, mas amplia-se para uma reflexão crítica.

Outro aspecto central do projeto é a discussão sobre o uso ético das imagens, tanto de si mesmos quanto dos colegas. É notório que a circulação de fotos e vídeos em redes sociais, por muitas vezes, faz parte da realidade das crianças, mas nem sempre é de conhecimento das crianças e das famílias a reflexão crítica sobre suas consequências. Espera-se que discutir situações como fotografar colegas sem consentimento, expor momentos de constrangimento ou publicar conteúdos sem autorização, possam contribuir para o aumento da responsabilidade digital das crianças. Além disso, abordar os riscos da desinformação, do compartilhamento de fake news e da manipulação digital, como no caso de imagens produzidas por inteligência artificial, reforça a necessidade de uma postura ética diante do mundo informacional.

## 2. METODOLOGIA

O trabalho foi realizado no Colégio São José de Pelotas, com cinco turmas de 4º ano do Ensino Fundamental, sob orientação da professora de jornalismo Silvia Meirelles Leite. A proposta pedagógica do projeto foi formulada em parceria com a equipe pedagógica da escola. A metodologia adotada se estruturou no formato de oficinas de educomunicação (SOARES, 2011), com foco em fotografia e telejornalismo, por serem linguagens familiares às crianças e que dialogam diretamente com sua vivência cotidiana de consumo midiático. A escolha pelo modelo de oficina se justifica pela possibilidade de promover uma aprendizagem ativa, participativa e dialógica, buscando captar o maior interesse do público infantil e fomentando situações em que os alunos atuam como sujeitos produtores de conhecimento (FREIRE, 1996).

O Comunicadores em Construção teve início com uma cerimônia de abertura realizada previamente às atividades, na qual foi discutido com os alunos o que é o jornalismo e suas diferentes formas de manifestação — televisão, conteúdos digitais, redes sociais e jornal impresso. Ademais, foram feitas perguntas para mapear o contato das crianças com diferentes meios de comunicação, o que evidenciou uma forte presença do uso de redes sociais, mas menor consumo de conteúdos jornalísticos de TV e quase inexistente relação com jornais impressos. Essa etapa inicial permitiu compreender a relação dos estudantes com o jornalismo, além de contribuir para o entendimento de dados como os previamente pressupostos sobre o impacto do jornalismo tradicional nas novas gerações.

Ainda na abertura, foi realizada uma atividade prática com testes de imagens e vídeos produzidos por inteligência artificial, estimulando a participação dos alunos ao discutirem sobre qual imagem era real ou IA, também a refletirem sobre a confiabilidade de materiais digitais e a responsabilidade no uso das mídias digitais. Essa dinâmica funcionou como ponto de partida para a introdução dos temas de ética e responsabilidade digital, que atravessaram as aulas de fotojornalismo.

Na etapa seguinte, com base na organização pedagógica da escola, cada turma foi destinada a participar de uma oficina de fotografia ou de telejornalismo. Dentro das oficinas, as professoras desempenharam papel essencial e, a partir de questões discutidas com a coordenação pedagógica, elas contribuíram tanto no acompanhamento dos grupos quanto na condução de atividades complementares realizadas em sala de aula. Com isso, enquanto grupos menores realizavam as oficinas de fotografia ou telejornalismo, as professoras desenvolviam atividades

sobre jornal impresso e cuidados na divulgação das imagens, o que garantiu o envolvimento de todos os estudantes.

As oficinas de fotografia foram estruturadas em três momentos: uma breve apresentação com explicações sobre aspectos técnicos (foco e enquadramento), uma discussão sobre ética e responsabilidade digital (com atenção à produção de fotos próprias e de colegas), e uma prática em grupos de duas a três crianças, em que os alunos se fotografaram uns aos outros, em uma estrutura definida pelo colégio. Em paralelo, os demais estudantes realizaram uma atividade de foto notícia, criando manchetes e mini boletins a partir de imagens, estimulando a criatividade e a compreensão de estruturas básicas do jornalismo.

As oficinas de telejornalismo também se desenvolveram em três etapas: apresentação de uma reportagem televisiva, discussão em turma e sorteio de temas sociais, culturais e educacionais, seguidos da formulação de perguntas. Por fim, em grupos de três a quatro crianças, simularam entrevistas em formato de telejornal, com divisão de papéis entre repórter, entrevistado, cinegrafista e áudio, para aqueles de quatro integrantes. Essa experiência possibilitou a análise de habilidades técnicas, como enquadramento e gravação estável, aliadas ao exercício da comunicação e do raciocínio na elaboração de perguntas e respostas delimitadas por temática.

A proposta está fundamentada teoricamente em autores como Soares (2011), Recuero (2014) e Freire (1996), que discutem educomunicação, cultura digital e educação.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Os resultados obtidos através dos relatos de professoras, alunos e orientação escolar indicam que os estudantes demonstraram grande entusiasmo com a possibilidade de atuar como repórteres e fotógrafos, participando ativamente das dinâmicas.

Um dos achados mais relevantes foi a percepção de que a maioria das crianças já possui redes sociais, mas consomem pouco jornalismo televisivo e impresso, e, mesmo assim, exibiram grande interesse nas atividades voltadas a estas mídias. Isso reforça a importância de ações educativas voltadas para o letramento midiático e a reflexão sobre a necessidade de aproximação de um público novo ao jornalismo tradicional.

Nas oficinas de fotografia, os alunos conseguiram aplicar noções de enquadramento e foco, ao mesmo tempo em que refletiram por um viés ético acerca da circulação de imagens de crianças (deles próprios ou de colegas) na internet. Já nas oficinas de telejornalismo, mostraram-se capazes de elaborar perguntas pertinentes e de encenar entrevistas com clareza. Essas práticas contribuíram tanto para o fortalecimento de habilidades comunicativas e trabalho em grupo, quanto para a compreensão da ética jornalística.

Do ponto de vista social, a ação extensionista gerou impacto ao promover uma reflexão crítica nas crianças sobre a produção e o consumo de informação na internet. Além disso, criou-se um espaço de protagonismo estudantil dentro da escola, estimulando a criatividade e a cooperação.

Atualmente, o projeto encontra-se finalizado com a consolidação das práticas realizadas e análise qualitativa dos resultados, com a possibilidade de expansão para etapas futuras em outro momento. A ação confirma-se, assim, como uma experiência transformadora tanto para os alunos do ensino

fundamental quanto para o âmbito acadêmico, fortalecendo a integração entre universidade e sociedade.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

As oficinas de educomunicação, desenvolvidas no Colégio São José de Pelotas, alcançaram os principais objetivos propostos de aproximar os alunos do universo do jornalismo e estimular uma reflexão crítica sobre a produção e o consumo de informação. De acordo com a comunidade escolhida, crianças do ensino fundamental I, o projeto exibiu boa funcionalidade com o uso de metodologias participativas e no fortalecimento do protagonismo infantil.

A experiência evidenciou também a relevância de discutir a ética e a responsabilidade digital em contextos escolares, especialmente diante da crescente presença das redes sociais na vida das crianças. Abordar questões como problematização sobre o uso indevido de imagem e a confiabilidade em conteúdos online constitui um caminho importante para o desenvolvimento do letramento midiático desde a infância.

No âmbito acadêmico, a ação contribuiu para a formação enquanto jornalista, possibilitando vivências práticas de educomunicação que tornam reais o exercício profissional e ampliam a articulação entre teoria, prática e extensão. Além disso, o trabalho reforça o papel da universidade na promoção de ações transformadoras em diálogo com a comunidade.

Por fim, destaca-se que a iniciativa cumpre sua função ao gerar impactos educativos e sociais no ambiente escolar, ao mesmo tempo em que contribui para a formação acadêmica e profissional. A continuidade e a ampliação de experiências semelhantes dentro da universidade podem consolidar ainda mais a importância da educomunicação como ferramenta de cidadania e colaborar no desenvolvimento daquele que atua como jornalista.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREIRE, P. *Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

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

RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

## DESIGN E MEMÓRIA: CRIAÇÃO DE UMA MARCA PARA SOUVENIRES SUSTENTÁVEIS A PARTIR DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO DA CATEDRAL DE PELOTAS

**CAMILA COLPO CORCINI<sup>1</sup>; CARLOS TAINAN MOREIRA DOS SANTOS<sup>2</sup>;**  
**THAIS CRISTINA MARTINO SEHN<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [camila.corcini@ufpel.edu.br](mailto:camilacorcini@ufpel.edu.br)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [carlos.tainan@ufpel.edu.br](mailto:carlos.tainan@ufpel.edu.br)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [thais.cristina@ufpel.edu.br](mailto:thais.cristina@ufpel.edu.br)

### 1. INTRODUÇÃO

A Catedral Arquidiocesana de São Francisco de Paula de Pelotas - RS é um prédio tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). De grande valor arquitetônico, histórico e simbólico para a religião católica, ela vem passando por diversas reformas desde 2012 e, recentemente, passou pela substituição dos pisos de madeira (MITRA, 2017). As madeiras retiradas seriam descartadas, porém, em vez do descarte, uma iniciativa entre o pároco da época, Pe. Luís A. Boari, e a artesã local, Stella Maris da Rosa, deu início a reutilização do material para criar *souvenirs*. A madeira, antes parte do solo da igreja, foi ressignificada, promovendo um reaproveitamento sustentável que também poderia gerar recursos para a instituição, transformando um material descartado em um produto com novo propósito e valor (MANZINI; VEZZOLI, 2011). Além da promoção da sustentabilidade, o valor do material foi amplificado por seu significado simbólico, pois o piso de madeira "testemunhou" a fé e os rituais ocorridos na Catedral em mais de um século de história (PERENE, 2025). Na cultura religiosa, objetos associados a locais ou eventos sagrados adquirem um valor especial para os fiéis, funcionando como suporte para a fé e a memória afetiva (DESMET, 2002; NORMAN, 2008). De forma semelhante, a adaptação de um objeto para um novo uso permite preservar sua história, como uma garrafa de um momento especial que se torna um vaso decorativo (CARDOSO, 2016). Essa intersecção entre design, emoção e sustentabilidade pode representar um campo fértil para investigações acadêmicas e aplicações práticas.

A partir da relação entre patrimônio, artesanato e sustentabilidade foi desenvolvido um plano para que o design potencializasse o interesse nos *souvenirs*. Identificou-se a necessidade de criar uma marca forte, com *naming*, identidade visual e estratégias de *branding*, para uma coleção de peças feitas com a madeira da Catedral e a técnica de pirogravura da artesã, visando dar maior visibilidade e apelo aos produtos.

Este artigo tem como objetivo demonstrar como o design contribui para desenvolver uma marca atrelada à reutilização de materiais com valor simbólico. O texto aborda a fase inicial do projeto, desde a análise do primeiro protótipo da artesã e o levantamento de dados para o *briefing*, até o atual estágio de desenvolvimento da marca. A proposta é aplicar métodos de design para criar uma marca memorável para a cidade e para a comunidade, destacando o papel da artesã como agente de transformação em direção à sustentabilidade (MANZINI; VEZZOLI, 2011).

## 2. METODOLOGIA

A metodologia adotada neste projeto é de natureza qualitativa, com abordagem exploratória e descritiva (GIL, 2002), visando compreender as dimensões emocionais e sustentáveis envolvidas na criação de uma marca baseada no reaproveitamento de materiais históricos. O estudo foi estruturado em cinco fases: inicialmente, realizou-se a contextualização histórica e material, com levantamento documental sobre a Catedral de Pelotas e o processo de restauro que originou os materiais reaproveitados. Em seguida, foi conduzida uma entrevista em profundidade com a artesã responsável, por meio de roteiro semiestruturado, a fim de compreender seu processo criativo, as técnicas empregadas e a relação emocional estabelecida com os objetos produzidos. A terceira fase consistiu no mapeamento emocional, por meio da aplicação da técnica de cartões emocionais (YOON; POHLMAYER; DESMET, 2015), com o objetivo de identificar as emoções associadas tanto ao processo de criação quanto à experiência dos consumidores. Posteriormente, procedeu-se à análise do potencial de mercado, que envolveu a identificação do público-alvo e as possibilidades de inserção dos produtos no setor. Por fim, foram desenvolvidos os elementos de *branding*, incluindo *naming*, identidade visual e estratégias de comunicação, fundamentados nas informações coletadas nas etapas anteriores.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O ponto de partida para a investigação partiu do primeiro protótipo confeccionado pela artesã: uma cruz de madeira com suporte para vela, cuja concepção foi inspirada na conversa com o pároco local. Este objeto inicial foi central para mapear as respostas emocionais que fundamentam o projeto. Do ponto de vista da criadora, emergiram sentimentos de Satisfação, Respeito e Inspiração. O relato de "fazer parte de uma causa" conecta-se ao senso de pertencimento, conforme descrito por Seligman (2010). A partir da exposição das primeiras peças desenvolvidas com o auxílio do marceneiro Roberto Rodrigues de Oliveira, a principal emoção observada no público foi o Encantamento, que notavelmente transcendia o contexto religioso. Segundo a classificação de Desmet (2002), tanto a Inspiração (da artesã) quanto o Encantamento (do público) são classificados como emoções de Interesse, o que valida a ressonância do projeto.

Figura 1 - Primeiras peças desenvolvidas a partir dos pisos reaproveitados.



Fonte: Registro realizado por Thaís Sehn

Em seguida, deu-se início ao desenvolvimento da identidade visual da marca “Caminhos de Fé”. Para que o reaproveitamento da madeira do assoalho da Catedral fosse representado na identidade visual da marca, utilizaram-se os padrões geométricos resultantes do encaixe dos tacos de madeira como referência para a elaboração do símbolo, em conjunto com a tagline “Madeira reaproveitada do piso”. A paleta escolhida foi inspirada nas cores da cúpula da Catedral, para que, mesmo sendo uma iniciativa paralela à reforma ao projeto de restauro, ainda existisse uma ligação clara entre a marca e as atividades paroquiais (Figura 2). A opção de suprimir o nome da Catedral da marca se deve à aplicação dela nos objetos, pois eles já continham o nome da mesma de outras formas. A aplicação da marca é justamente para evidenciar que aquele material se originou ao assoalho da igreja. Na escolha da tipografia se deu prioridade para a legibilidade em tamanhos pequenos, priorizando a aplicação como um selo nos *souvenirs*.

Figura 2 - Cúpula da Catedral, assoalho da Catedral durante o restauro, logotipo criado e aplicação dele nas peças.



Fonte: Lucas Lima, Perene Patrimônio Cultural; Camila Corcini e Thaís Sehn.

Os dados emocionais coletados foram importantes durante o processo de criação da marca para a compreensão dos designers e como facilitador no desenvolvimento do projeto, o qual valida a relação entre universidade e comunidade, assim como do designer e artesão.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Esta pesquisa em andamento revela como o design, aliado à sustentabilidade e à emoção, pode criar valor em múltiplas dimensões. O caso do reaproveitamento da madeira da Catedral de Pelotas demonstra o potencial transformador de se trabalhar com materiais carregados de história. A análise das emoções envolvidas confirma o que defendem teóricos como Desmet (2002) e Norman (2008) em que produtos com conexões emocionais autênticas são mais valorizados, oferecendo um caminho para um design mais sustentável e humanizado.

A experiência aqui relatada pode servir como referência para projetos que busquem integrar sustentabilidade, patrimônio cultural e design emocional. Em um cenário global de consumo consciente, abordagens que unem tradição, inovação e significado são cada vez mais relevantes para o campo do design. Como afirma Thackara (2008), o design precisa de um "plano B" para um mundo em transformação. O caso estudado representa uma contribuição nessa direção, mostrando como iniciativas locais podem gerar valor cultural e bem-estar por meio de conexões emocionais genuínas.

A marca “Caminhos de Fé”, concebida a partir deste estudo, não se restringe à função de identificação dos produtos, mas atua como meio de comunicação de sua essência, estabelecendo vínculos com a origem material e simbólica dos artefatos. Nesse sentido, a marca consolida um ciclo virtuoso que articula a preservação do patrimônio, promoção da sustentabilidade e fortalecimento comunitário. Considerando a continuidade da pesquisa, propõe-se como etapas subsequentes a ampliação do estudo com a participação de novos atores, a realização de testes de recepção junto a consumidores, o desenvolvimento de estratégias para o escalonamento sustentável da produção e a investigação de possibilidades de expansão da linha de produtos.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Ubu Editora, 2016.
- DESMET, P. **Designing emotions**. 2002. Tese (Doutorado) - Delft University of Technology, Delft, Holanda, 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlos. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Edusp, 2011.
- MITRA ARQUIDIOCESANA DE PELOTAS. **Fundação da Diocese de Pelotas: Antecedentes históricos Arquidiocese De Pelotas**. 2017. Disponível em: <https://www.arquidiocesedepelotas.org/historia>. Acesso em: 26 Ago. 2025.
- NORMAN, Donald. **Design emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.
- SELIGMAN, Martin E. P. **Felicidade autêntica: usando a Nova Psicologia Positiva para a realização permanente**. Tradução: Neuza Capelo, 2010. [eBook Kindle].
- PERENE Patrimônio Cultural. **Catedral Metropolitana São Francisco de Paula**. 2025. Disponível em: <https://perenecultural.com/2024/06/04/catedral-metropolitana-de-sao-francisco-de-paula-pelotas-rs/>. Acesso em: 26 Ago. 2025.
- THACKARA, John. **Plano B: o design e as alternativas viáveis em um mundo complexo**. Tradução: Cristina Yamagami. São Paulo: Saraiva: Versar, 2008. Tradução de: In the Bubble. ISBN: 978-85-02-07695-2.
- YOON, J.; POHLMAYER, A. E.; DESMET, P. M. A. **Positive Emotional Granularity Cards**. Delft: Delft University of Technology, 2015. ISBN: 978-94-6186-440-6.

## COMUNICAR PARA SUBVERTER: O DESIGN COMO DISPOSITIVO DE ENFRENTAMENTO POLÍTICO E DIÁLOGO POPULAR

**MARIA EDUARDA DE SOUZA COSTA<sup>1</sup>; DENISE MARCOS BUSSOLETTI<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – dudac9361@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – denisebussoletti@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A necessidade de compreender o design sob uma perspectiva decolonial, como propõe OKABAYASHI (2021), evidencia que essa prática não pode ser reduzida a um conjunto de soluções técnicas ou a um mero instrumento mercadológico, mas deve ser entendida a partir das condições históricas, culturais e políticas que a atravessam. Esse olhar descolonizado permite perceber que o design, ao longo da história brasileira, foi também um espaço de disputa simbólica, de resistência e de afirmação de identidades silenciadas. A comunicação visual, frequentemente subsumida à lógica da estética mercadológica, possui o potencial de se tornar um dispositivo político capaz de instaurar debates e tensionar narrativas hegemônicas, atuando como estratégia na construção de políticas sociais e na organização comunitária. O design, nesse contexto, atua como agente de mudança, apoiando e fomentando transformações culturais, contribuindo para a criação de novos valores e sentidos na sociedade, muitas vezes por meio de “conversas sociais” (MANZINI, 2015, p. 48), e fortalecendo vínculos coletivos.

Durante a ditadura civil-militar brasileira, a comunicação deixou de ser apenas informativa e passou a se configurar como campo estratégico de disputa simbólica. O Estado militar controlava rígida e sistematicamente veículos de comunicação, censurando conteúdos considerados subversivos e perseguindo jornalistas, artistas, educadores e estudantes. Nesse cenário, comunicar e criar artisticamente exigia coragem. Surgiram jornais alternativos, panfletos mimeografados, cartazes políticos, zines artesanais, murais e grafismos urbanos, formas gráficas clandestinas que carregavam denúncias, metáforas visuais e mensagens cifradas, operando em uma estética da urgência e da sobrevivência. Esse processo evidenciou que o trabalho do comunicador e do designer vai muito além da transmissão de informações, atuando como mediador entre discurso e desejo de transformação, construindo linguagens capazes de contornar a censura, despertar consciência coletiva e preservar memórias silenciadas.

Ainda que, no contexto contemporâneo, arte e design sejam áreas correlacionadas, mas com funções e métodos distintos, a arte voltada à expressão subjetiva e crítica e o design à mediação visual e funcional, naquele cenário de repressão, criar artisticamente e comunicar compartilhava a mesma dificuldade e coerção. Ambos eram pressionados pelo controle estatal, sujeitos à vigilância e à autocensura, enfrentando constantemente a ameaça de perseguição, prisão ou silenciamento, conferindo à produção visual e artística uma dimensão de risco, urgência e insurgência rara na história cultural brasileira.

Inspirados pelo papel histórico que o design e a comunicação visual desempenharam em contextos de repressão e censura, o Programa de Educação Tutorial PET Fronteiras: Saberes e Práticas Populares, reconhece o potencial dessas práticas como agentes de mudança social e cultural. O grupo se propõe a

desenvolver peças comunicacionais que vão além da função estética ou mercadológica, atuando como instrumentos de reflexão crítica, troca de saberes e valorização de memórias e experiências historicamente marginalizadas. Por meio de materiais gráficos, conteúdos digitais e produções audiovisuais, o grupo visa mediar processos educativos, estimular diálogos comunitários e ampliar o acesso a narrativas não hegemônicas, consolidando o design como gesto pedagógico, coletivo e estratégico, capaz de gerar impacto cultural e social significativo.

Pretende-se evidenciar como a linguagem visual do programa de educação, aplicada em redes sociais, materiais impressos e outros, promove reflexões sobre temas como racismo estrutural, pedagogias populares, ditadura civil-militar e cultura brasileira, em diálogo com saberes contra-coloniais. A relevância deste estudo reside na compreensão do design não apenas como linguagem estética, mas como prática política, socialmente situada e capaz de intervir em estruturas de poder simbólicas. Ao se distanciar de lógicas convencionais de comunicação que reduzem desejos a mercadoria e operam, segundo TOSCANI (1996), como um "cadáver que nos sorri", o projeto do PET propõe modos alternativos de existência, escuta e engajamento comunitário. Nesse sentido, o design é abordado como instrumento de reorganização social, alinhando-se aos conceitos de MANZINI (2015), que concebe o design como ação coletiva voltada à inovação social, ao considerar o designer como agente de mudança. Além disso, o trabalho dialoga com as reflexões de MIANI (2024) sobre comunicação popular e comunitária como estratégia para políticas sociais e com CORDEIRO JÚNIOR ([s.d.]) sobre a estética decolonial em cartazes políticos, evidenciando como a produção visual pode intervir criticamente na organização simbólica e cultural da sociedade.

## 2. METODOLOGIA

As atividades comunicacionais do Programa de Educação Tutorial (PET) articulam-se através de um grupo multidisciplinar que reúne estudantes de diferentes cursos da Universidade Federal de Pelotas, atuando de forma coletiva e interdisciplinar na construção de ações que tensionam fronteiras sociais, culturais e epistêmicas, com ênfase na valorização dos saberes populares e das memórias de povos historicamente marginalizados. A estrutura de comunicação do grupo desempenha papel central na articulação dessas temáticas o grupo elabora conteúdos que problematizam o cotidiano e operam como dispositivos pedagógicos, alinhando-se com perspectivas que entendem o design como agente de transformação social e como prática que pode tensionar estruturas de poder simbólicas. As ações de comunicação foram concebidas com intencionalidade pedagógica e política, extrapolando o caráter meramente publicitário da divulgação institucional.

A proposta do grupo parte da premissa de que o design deve atuar como ferramenta crítica de mediação cultural, promovendo o engajamento da comunidade local em torno de práticas e reflexões sobre saberes populares, memória de povos marginalizados e múltiplas formas de resistência presentes na história brasileira TOSCANI (1996). Entre as atividades desenvolvidas, destacam-se a produção de cards informativos e educativos, elaborados com linguagem visual acessível e provocadora, abordando temas como educação popular, racismo estrutural, comunicação insurgente e ditadura civil-militar, articulados a partir de um olhar contra-hegemônico e decolonial. Esses materiais envolvem levantamento teórico, construção textual, diagramação e revisão, sendo posteriormente distribuídos em redes sociais, como Instagram (@petfronteiras) e

em espaços de circulação da universidade e urbanos quando possível a sua impressão e circulação.

O setor de comunicação também atua na produção de cartazes e materiais visuais que divulgam os projetos e ações coletivas do grupo, como rodas de conversa para debates sobre temas diversos e intervenções artísticas e culturais em ambientes urbanos de fácil acesso à comunidade. Todos os eventos promovidos pelo grupo são concebidos de forma livre e aberta, garantindo a participação tanto do público acadêmico quanto da população civil, fortalecendo o diálogo entre universidade e sociedade e ampliando o alcance das práticas de reflexão, aprendizagem e engajamento comunitário o público-alvo das ações inclui estudantes da UFPEL, moradores de Pelotas e região, coletivos culturais e educadores populares, com foco em pessoas negras, periféricas e envolvidas com práticas de educação não-formal, visando promover formação crítica e acesso a narrativas não hegemônicas. As atividades são pensadas para operar como mecanismos de formação crítica, provocando debates e ampliando o acesso a narrativas não hegemônicas.

Como afirma TOSCANI (2007, p. 30), “a publicidade deve repensar toda a sua comunicação, sua filosofia e sua moral, sob pena de afogar-se em seus babados. O capitalismo tem que se adaptar à nova situação: a sociedade de consumo não consome mais.” Essa crise da publicidade tradicional, apontada por Oliviero Toscani, revela a urgência de construir uma comunicação que reflita, que escute e que dialogue com os sujeitos historicamente excluídos do direito de produzir e circular seus próprios saberes. Nesse sentido, o trabalho do PET Fronteiras tensiona os limites da linguagem visual convencional ao colocar o design gráfico a serviço da crítica social, da formação política e da construção de outras narrativas possíveis.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A partir das atividades comunicacionais realizadas nas redes sociais do PET Fronteiras, foi possível promover visibilidade a produções, trajetórias e narrativas historicamente pouco reconhecidas, contribuindo para a ampliação do debate sobre diversidade cultural e memória social. A exibição de cinema no CineUFPEL, por exemplo, retratou a vivência indígena Tupinambá, possibilitando à comunidade acadêmica e ao público em geral um contato direto com experiências e saberes originários muitas vezes invisibilizados. Paralelamente, as publicações no Instagram fomentaram discussões sobre a memória da cultura preta pelotense, refletindo criticamente sobre quais aspectos dessa memória são preservados, como são transmitidos e de que forma se tornam reconhecidos ou marginalizados. A partir dessas ações, tornou-se evidente que o espaço digital pode funcionar como uma plataforma de circulação de narrativas alternativas, tensionando fronteiras epistemológicas e estéticas tradicionais, conforme sugerem CORDEIRO JÚNIOR ([s.d.]) e MANZINI (2015), ao apontarem o design como instrumento de intervenção social e de reorganização do imaginário coletivo.

O podcast *Fronteiras* desenvolvido pelo grupo expandiu ainda mais essa possibilidade de visibilidade, ao possibilitar a participação de pluralidades de vozes que comunicaram suas temáticas específicas, incluindo artistas, educadores populares, pesquisadoras acadêmicas e representantes de coletivos culturais. Essa diversidade de interlocutores permitiu que diferentes perspectivas, experiências e saberes fossem compartilhados, reforçando a comunicação como

ferramenta de resistência e de engajamento crítico. As estratégias de comunicação visual e digital adotadas pelo PET Fronteiras evidenciam que o design, quando orientado por princípios de justiça social e pedagogia popular, transcende o caráter meramente informativo ou estético. Ele atua como mediador de processos educativos e sociais, valorizando a memória de grupos historicamente marginalizados, estimulando o debate público e fortalecendo vínculos comunitários. Os resultados demonstram que a produção de conteúdos gráficos, audiovisuais e interativos possibilita não apenas a disseminação de informações, mas também a construção de um espaço crítico de reflexão, em que diferentes saberes e experiências se encontram, dialogam e potencializam práticas de resistência cultural e educação emancipatória.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

As atividades realizadas evidenciam o potencial do design e da comunicação visual como práticas coletivas, pedagógicas e socialmente engajadas. Ao extrapolar o caráter meramente informativo, essas produções tornam-se instrumentos de crítica, valorização de saberes populares e fortalecimento de identidades historicamente marginalizadas. O trabalho aponta ainda que a integração interdisciplinar promove aprendizagens coletivas e amplia o diálogo entre universidade e sociedade. Assim, ao articular memória, cultura e resistência, a comunicação e o design se afirmam como ferramentas estratégicas na construção de narrativas críticas e na promoção de transformações sociais duradouras.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**CORDEIRO JÚNIOR, Jean Carlos Meira.** Design gráfico e movimentos sociais: uma análise da estética decolonial em cartazes políticos do livro *Sem Terra em Cartaz*. [s.d.]. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Campus Cabedelo.

**MANZINI, Ezio.** *Design, when everybody designs: an introduction to design for social innovation*. Cambridge: MIT Press, 2015.

**MIANI, Rozinaldo Antonio.** A comunicação popular e comunitária como estratégia na luta por políticas sociais. *SER Social*, Brasília, v. 27, n. 56, 2024. DOI: 10.26512/ser\_social.v27i56.55612. Disponível em: [https://periodicos.unb.br/index.php/SER\\_Social/article/view/55612](https://periodicos.unb.br/index.php/SER_Social/article/view/55612). Acesso em: 20 ago. 2025.

**OKABAYASHI, Júlio C. T.** Uma perspectiva decolonial para o design no Brasil: Design, eurocentrismo e desenvolvimento. São Paulo: Editora Sabiá, 2021. DOI: 10.53987/9786599492907.

**PET FRONTEIRAS.** Instagram: PET Fronteiras UFPEL. Disponível em: <https://www.instagram.com/petfronteirasufpel/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

**TOSCANI, Oliviero.** *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Tradução de Luiz Cavalcanti de M. Guerra. 2. ed. Rio de Janeiro: Editouro, 1996.

## EDUCOMUNICAÇÃO E INCLUSÃO DIGITAL: PODCASTS COMO FERRAMENTA DE INCLUSÃO E DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO EM SAÚDE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA VISUAL

MAITÊ ENZWEILER BARBOZA ALVES<sup>1</sup>; ISADORA OLIVEIRA MELO DE ABREU<sup>2</sup>; MARCELLE MOREIRA PERES<sup>3</sup>; MARISLEI DA SILVEIRA RIBEIRO<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [maitebarbozaalves@hotmail.com](mailto:maitebarbozaalves@hotmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [isadora.melo28@hotmail.com](mailto:isadora.melo28@hotmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [mperes.med@gmail.com](mailto:mperes.med@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.com.br](mailto:marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

O Estatuto da Pessoa com Deficiência (EPD), elaborado pelo senador gaúcho Paulo Paim, no início dos anos 2000, edificado nos pilares da Constituição Federal de 1988, visa assegurar e promover os direitos e liberdades das pessoas com deficiência, visando, sobretudo, a garantia da cidadania, da inclusão social e digital e da acessibilidade. Agindo como instrumento de emancipação civil e social, o EPD garante às pessoas com deficiência direitos fundamentais, como o direito à educação, à informação e comunicação e às tecnologias assistivas, as quais englobam estratégias que promovem e edificam a independência, a autonomia e a inclusão digital e social das pessoas com deficiências.

Envolto em um cenário de busca por direitos e de fortalecimento da Democracia, em 2013 foi criado o projeto de extensão “Inclusão Digital e Promoção dos Direitos Sociais - Utilização da Web Rádio e Web TV para criar um ambiente interativo entre universidade e sociedade”. O projeto inicial foi elaborado pelo curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) em parceria com a Associação Escola Louis Braille, a qual é referência na assistência às pessoas com deficiência visual em Pelotas e metade sul do Rio Grande do Sul, há mais de 70 anos. Atualmente, o projeto edifica-se a partir da interseção de diversos níveis escolares e áreas profissionais, possuindo colaboradores, por exemplo, do curso de Medicina, o que traz ao projeto o olhar voltado para à área da saúde.

Visando estimular o uso das mídias de comunicações na prática educacional, além de reafirmar o papel das tecnologias assistivas, o projeto coloca em prática o conceito da "Educomunicação", o qual é definido por SOARES (2002), como: “O conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos, programas e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos presenciais ou virtuais, assim como a melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, incluindo as relacionadas ao uso dos recursos da informação no processo de aprendizagem. (SOARES, 2002, p. 115)

O projeto começou sendo transmitido no formato de rádio através da rádio escolar "Radio Braille". Os episódios eram transmitidos e comentados durante os recreios, levando, assim, informações, novidades e curiosidades aos alunos da escola Louis Braille. Com o contexto da pandemia de COVID-19 em 2020 e as novas regras de distanciamento, os programas foram adaptados à nova realidade. Passaram, então, a ser elaborados remotamente e transmitidos no formato de PodCast. Em 2025, já em um novo contexto de saúde pública, os programas

voltaram a ser elaborados presencialmente. A transmissão em formato de PodCast foi mantida, haja vista ser um produto radiofônico moderno e acessível para a comunidade.

O termo PodCast advém da junção dos termos "Ipod" (dispositivos de áudio mídia portáteis) e "Broadcast" (transmissão de conteúdo via rádio ou televisão), tecendo, segundo MOURA E CARVALHO (2006), um arquivo de áudio disseminador de conteúdo que pode ser transmitido tanto por meio de plataformas na Internet quanto pelo rádio, o que possibilita o acesso facilitado às informações. Os episódios de PodCast do projeto Web Rádio e Web TV são semanalmente elaborados por alunos e pela bolsista, de forma presencial, por meio de reuniões que colocam em pauta temas relevantes a serem discutidos e transmitidos para comunidade estudantil, proporcionando acesso, inclusão e compartilhamento de conhecimento entre a comunidade acadêmica e os alunos da escola Louis Braille.

Assim, o presente trabalho visa abordar acerca da continuação do projeto Web Rádio e Web TV realizado pela UFPEL, em parceria com a Associação Louis Braille.

## 2. METODOLOGIA

O presente trabalho, tem como metodologia a pesquisa-participante, que favorece a interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas, sendo definida por FONSECA (2002):

A pesquisa participante "caracteriza-se pelo envolvimento e identificação do pesquisador com as pessoas investigadas" (Matos e Lerche, 2001: 46). A pesquisa participante rompe com o paradigma de não envolvimento do pesquisador com o objeto de pesquisa, despertando fortes reações do positivismo (FONSECA, 2022. p 34).

Em 2025, as atividades do projeto tiveram início no mês de maio, dando sequência ao trabalho realizado nos anos anteriores. O ponto de partida foi uma reunião entre a coordenadora pedagógica da escola, a vice-diretora, a coordenadora do projeto e a bolsista, com o objetivo de avaliar melhorias, propor inovações e definir estratégias para ampliar o impacto do projeto na escola e na sociedade. Ficou decidido que as atividades seriam retomadas no formato presencial, com encontros semanais. Para divulgar essa nova etapa, a bolsista e a coordenadora do projeto visitaram a escola, apresentaram a proposta e abriram inscrições para os interessados, registrando nome e contato. O horário foi definido conforme a disponibilidade da escola, fixando-se às sextas-feiras, das 13h30 às 15h30. Com essa estratégia, o número de participantes aumentou de 4 para 7 pessoas, com idade média de 60 anos, baixa escolaridade, sendo cinco deles com cegueira total e dois com baixa visão.

O primeiro encontro serviu para promover a integração do grupo, por meio de dinâmicas de apresentação, e para esclarecer o funcionamento do projeto. Também foi um momento para ouvir as sugestões dos participantes e identificar temas de interesse. Embora a escolha final dos assuntos seja feita pela bolsista, em todos os momentos considerou-se a opinião e as demandas levantadas pelos alunos, que mostraram grande interesse por temas relacionados à saúde.

Para cada episódio, a bolsista elabora um roteiro abordando aspectos como introdução, fatores de risco, epidemiologia, prevenção e tratamento das

doenças, com linguagem simples e acessível. Esse material é dividido em trechos iguais e enviado aos participantes via WhatsApp, tanto em texto quanto em áudio, permitindo que se familiarizem com o conteúdo antes da gravação.

Durante os encontros, as gravações são feitas individualmente. Alunos com baixa visão utilizam tablets com fonte ampliada para a leitura; já aqueles com cegueira total contam com a leitura feita pela bolsista. A captação de áudio é feita pelo gravador de voz do celular. Após cerca de 40 minutos de gravação, o tempo restante é dedicado à apresentação teórica do tema e ao debate com o grupo.

Os episódios são editados pela bolsista em softwares gratuitos (Ocenaudio e Audacity). A trilha sonora utilizada segue licença Creative Commons Atribuição 3.0 Brasil (CC BY 3.0 BR). Concluída a edição, os podcasts são disponibilizados no Spotify, divulgados no Instagram e compartilhados diretamente com os alunos pelo WhatsApp.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A partir da produção de podcasts, o projeto de extensão tem se consolidado como um espaço de construção coletiva do conhecimento. Essa proposta surgiu como continuidade das ações da Webrádio e WebTV e encontrou nos podcasts uma linguagem acessível e inclusiva, especialmente durante o período da pandemia. Desde então, já foram produzidos cerca de 80 episódios, com duração média de seis minutos. No primeiro semestre de 2025, foram produzidos 11 episódios, fruto de encontros presenciais semanais realizados até o momento.

Os episódios abordam temas de saúde relevantes ao cotidiano dos alunos, buscando contemplar assuntos pertinentes à realidade e faixa etária dos participantes. Entre eles, destacam-se menopausa, câncer, memória e envelhecimento, além do enfrentamento do luto. Além do acesso à informação em saúde, o processo de produção dos conteúdos abriu espaço para que os participantes compartilhassem experiências, expressassem opiniões e construissem coletivamente sentidos em torno dos temas. Essa dinâmica promoveu melhorias na comunicação oral dos alunos, com destaque para o treino de dicção e o desenvolvimento da expressão individual e coletiva.

O impacto do projeto também se evidencia no âmbito da inclusão social e digital, já que os estudantes passam a produzir e difundir conteúdos em um formato que valoriza a oralidade, principal meio de comunicação para pessoas com deficiência visual. Tais resultados dialogam com os achados de LIMA (2017), que aponta a carência de produtos jornalísticos acessíveis para pessoas com deficiência visual, ressaltando o rádio e o jornalismo eletrônico como ferramentas de inclusão, por se apoiarem na fala e na audição como principais formas de comunicação.

Do ponto de vista acadêmico, a experiência tem sido fundamental para a bolsista. A mediação das atividades proporcionou não apenas o aprofundamento de conhecimentos em saúde, mas também o desenvolvimento de habilidades como liderança, organização de grupo, produção e edição de conteúdos, além da sensibilidade para lidar com realidades diversas.

### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto mostra a importância da extensão universitária como um espaço de aproximação entre a universidade e a comunidade, garantindo acesso a

informações de saúde de forma clara e acessível. A participação de pessoas com deficiência visual na produção dos podcasts evidencia como a comunicação oral pode ser um meio eficaz de aprendizado, troca de experiências e inclusão, valorizando a autonomia dos participantes. A utilização dos recursos e técnicas radiofônicas na produção dos episódios potencializa ainda mais esse processo, favorecendo a interdisciplinaridade e a integração entre alunos, pessoas com deficiência, professores e comunidade acadêmica, além de contribuir para a melhoria do processo de ensino-aprendizagem. Dessa forma, os processos comunicativos tornam-se mais participativos, ampliando o diálogo e fortalecendo vínculos. Ao levar informação de qualidade e combater a desinformação, a iniciativa contribui para uma sociedade mais consciente e inclusiva.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MOURA, A. M. C.; CARVALHO, A. A. A. **Podcast: uma ferramenta para usar dentro e fora da sala de aula.** Braga: Instituto de Educação e Psicologia da Universidade de Minho, 2006. Disponível em: [http://www.inf.ufpr.br/alexdu/ARTIGOS\\_MOBILIDADE/Moura\\_Carvalho\\_2006\\_resumido.pdf](http://www.inf.ufpr.br/alexdu/ARTIGOS_MOBILIDADE/Moura_Carvalho_2006_resumido.pdf). Acesso em: 24 jul. 2025.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE UFMG. **Tecnologia assistiva: do conceito à legislação.** Disponível em: [https://www.ufu.br/tecnologia\\_assistiva\\_ta\\_-do\\_conceito\\_a\\_legislacao.pdf](https://www.ufu.br/tecnologia_assistiva_ta_-do_conceito_a_legislacao.pdf). Acesso em: 24 jul. 2025.
- CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA. **GTI:** v. 1, n. 2, 2011. Disponível em: [https://www.uniceub.br/GTI\\_v1\\_n2\\_2011.indd](https://www.uniceub.br/GTI_v1_n2_2011.indd). Acesso em: 24 jul. 2025.
- MORCELLI, R. D.; SEABRA, R. D. **Inclusão Digital e Deficiência Visual: Análise do Uso de Ferramentas de Comunicação pela Internet. Informática na educação: teoria & prática,** Porto Alegre, v. 17, n. 1, 2014. DOI: 10.22456/1982-1654.42852. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/42852>. Acesso em: 23 jul. 2025.
- LIMA, M. T. A **interação entre o público deficiente visual e os meios de comunicação.** EVINCI, UniBrasil, Curitiba, v.3, n.2, p. 657-668, out. 2017.
- CARVALHO, E. R. **Removendo Barreiras para a Aprendizagem: Educação Inclusiva.** Porto Alegre: Mediação, 2009.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, p.33, 2002. Apostila. Acesso em 26 jul. 2025. Online. Disponível em: [https://blogdageografia.com/wp-content/uploads/2021/01/apostila\\_-metodologia\\_da \\_pesquisa1.pdf](https://blogdageografia.com/wp-content/uploads/2021/01/apostila_-metodologia_da _pesquisa1.pdf)

## DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA COMO PONTE ENTRE PESQUISA E SOCIEDADE: PRODUÇÃO DE LIVRETO CIENTÍFICO E DIÁLOGO AO VIVO SOBRE AVANÇOS EM MATERIAIS SUSTENTÁVEIS

ANA LUIZA BARBOZA MERLIN<sup>1</sup>; ANDRÉ FRANCISCO PIVATO BIAJOLI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas - merlinanaluiza@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas - andre.biajoli@ufpel.edu.br

### 1. INTRODUÇÃO

A popularização da ciência ou divulgação científica pode ser definida como "o processo de tradução e adaptação do conhecimento científico para torná-lo acessível e compreensível ao público leigo, sem formação específica na área" (MIRANDA, 2005). Ela desempenha um papel essencial na democratização do conhecimento, tornando acessíveis temas que, muitas vezes, ficam restritos ao ambiente acadêmico. Levar a ciência para fora dos muros da universidade é uma forma de despertar o interesse pela pesquisa, combater a desinformação e mostrar como a ciência está presente no dia a dia.

Apesar dos avanços na comunicação entre a comunidade acadêmica e a sociedade, ainda existe uma distância perceptível entre esses universos. Muitas pessoas ainda veem a universidade como um espaço fechado ou inacessível, o que reforça a sensação de exclusão em relação ao conhecimento científico. A divulgação científica, nesse cenário, cumpre um papel fundamental: ela aproxima, traduz e compartilha o saber produzido nas instituições de ensino, tornando-o mais acessível, compreensível e conectado à realidade das pessoas. Assim, contribui para incluir cidadãos nos debates sobre temas científicos que impactam seu cotidiano, fortalecendo o pensamento crítico e democratizando o conhecimento (BUENO, 2010).

No contexto das químicas e dos materiais sustentáveis, os polissacarídeos - carboidratos grandes que atuam como reservas energéticas e componentes estruturais em organismos vivos - executam vários papéis biológicos, incluindo como componentes de reforço estrutural, armazenamento de energia, comunicação e identificação de celular e como transportadores de biomoléculas na circulação sanguínea (GILJAN *et al.*, 2022). Eles são polímeros biodegradáveis e, em várias situações, biocompatíveis com tecidos humanos. Apesar de estarem presentes em alimentos, medicamentos e até em embalagens sustentáveis, são pouco abordados de forma aplicada tanto em escolas como no dia a dia. Por isso, iniciativas de divulgação científica que aproximam esses conteúdos da realidade dos estudantes e comunidade em geral, são fundamentais para a formação de cidadãos mais críticos, curiosos e conscientes do papel da ciência no desenvolvimento da sociedade.

O presente trabalho relata uma ação de divulgação científica sobre polissacarídeos no âmbito do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia (INCT) – Polissacarídeos, realizada em escolas de Pelotas e por meio de uma transmissão ao vivo (live) na plataforma Instagram.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia desenvolvida neste projeto foi dividida em duas etapas principais: a elaboração de um livreto científico e a realização de palestras interativas e live, para divulgar o tema dos polissacarídeos e o INCT-Polissacarídeos.

O livreto de 22 páginas, intitulado “Polissacarídeos: caminhos para um futuro sustentável”, abordou desde os conceitos básicos, como a definição, estrutura e formação dos polissacarídeos, até a aplicações práticas no dia a dia, destacando sua relevância em áreas como alimentação, medicina e sustentabilidade. O material também enfatizou o papel do INCT-Polissacarídeos na pesquisa nacional, com destaque para os trabalhos de dois pesquisadores vinculados ao instituto: o Professor Dr. André Fajardo e a Professora Dra. Márcia Auouda.

Após finalizado, foram realizadas palestras interativas sobre o tema em duas escolas de Pelotas: a Escola Estadual Osmar da Rocha Grafulha e a Escola Estadual de Ensino Fundamental Doutor Francisco Simões, para alunos do 1º ano do Ensino Médio e 9º ano do Ensino Fundamental II, respectivamente. No encerramento das apresentações, foi realizado um quiz com cinco perguntas sobre o conteúdo apresentado. Os cinco alunos que responderam corretamente em primeiro lugar receberam como premiação o livreto.

Complementando as ações, foi realizada uma transmissão ao vivo no instagram no perfil do Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento de Compósitos e Materiais Poliméricos (LaCoPol), utilizando o software *StreamYard*, com o tema “O Futuro dos Materiais: Polissacarídeos e Sustentabilidade”. A conversa contou com a participação de dois pesquisadores convidados do INCT, o Professor Dr. Derval Rosa (professor Polímeros) e o professor Dr. Hernane da Silva Barud, e da jornalista científica Eduarda Veiga, que discutiram durante uma hora as perspectivas e inovações no campo dos polissacarídeos.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

As ações realizadas tiveram impactos significativos tanto na comunidade escolar quanto no público externo. O livreto científico produzido destacou-se pelo uso de linguagem clara, acessível e direta, o que facilitou a compreensão de conceitos sobre polissacarídeos, aproximando a pesquisa científica da realidade dos estudantes e do público em geral. Além disso, as ilustrações didáticas presentes no material contribuíram para maior interesse e engajamento, tornando a leitura mais dinâmica.

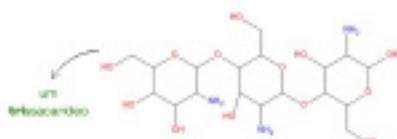
Durante as palestras nas escolas, o material serviu como apoio pedagógico e despertou a curiosidade dos alunos, que participaram ativamente do quiz ao final das apresentações. Esse formato interativo mostrou-se eficaz para a fixação do conhecimento e incentivou a valorização da ciência em sala de aula.

A live no Instagram ampliou o alcance da iniciativa, reunindo estudantes, professores, pesquisadores e público geral, consolidando as redes sociais como um espaço de divulgação científica e de diálogo entre diferentes públicos.

A seguir, apresentam-se duas páginas do livreto elaborado, que exemplificam a proposta de comunicação acessível e visualmente atrativa adotada no projeto:

### O que são Polissacarídeos?

Polissacarídeos são **moléculas grandes** formadas pela junção de vários **monossacarídeos** (açúcares simples). Eles são **carboidratos**. Na figura abaixo temos um exemplo de três unidades de monossacarídeos conectados.



Eles podem **armazenar energia**, como o **amido** e o **glicogênio**, ou desempenhar **funções estruturais**, como a **celulose** nas plantas.



Figura 1. Página 2 do livreto.

### INCT- Polissacarídeos

Os Institutos Nacionais são redes de pesquisa fomentadas pelo Ministério da Ciência e Tecnologia para o desenvolvimento de pesquisas em áreas estratégicas. A pesquisa com polissacarídeos torna-se importante em tempos de emergência ambiental; daí o nosso INCT, coordenado pelo Professor Ednei Curti Muniz, atualmente na UFPI.



Estamos presentes em todas as regiões do Brasil; nosso INCT envolve 16 universidades e mais de 70 pesquisadores, dentro e fora do Brasil; dentre eles estão o Professor André (RS) e a Professora Márcia (SP) que, gentilmente, concordaram em conversar conosco.

Figura 2. Página 14 do livreto.

## 4. CONSIDERAÇÕES

O desenvolvimento deste projeto permitiu promover a divulgação científica sobre polissacarídeos de forma criativa e acessível. A combinação do livreto educativo, das lives interativas e das palestras escolares demonstrou ser uma estratégia eficaz para engajar públicos diversos, ampliando a divulgação.

Espera-se, futuramente, expandir a iniciativa para incluir um número maior de escolas, promover a colaboração com outros pesquisadores vinculados ao INCT-Polissacarídeos e desenvolver conteúdos audiovisuais em formatos dinâmicos, como vídeos curtos no estilo *reels*, a serem divulgados nas redes sociais. Dessa forma, aumentará o alcance do projeto e tornará a divulgação científica mais acessível, com a utilização de linguagens e formatos que facilitem a compreensão por parte do público em geral.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MIRANDA, Cláudia Andrade de. *Divulgação científica: linguagem e discurso*. São Paulo: Contexto, 2005.

BUENO, Wilson da Costa. *Introdução à divulgação científica: a ciência na sociedade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2010.

MASSARANI, L., & MOREIRA, I. M. (2010). *Science Communication in Brazil: The State of the Art*. *Journal of Science Communication*, 9(1), C01.

GILJAN, Greta et al. **Strong seasonal differences of bacterial polysaccharide utilization in the North Sea over an annual cycle**. *Environmental Microbiology*, [s. l.], v. 24, n. 5, p. 2333–2347, 2022.

**QUADRADO, R. F. N. Novas rotas químicas e físicas para o preparo de hidrogéis baseados em polissacarídeos para potencial uso como biomateriais. Tese (Doutorado em Ciências) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2023.**

## EM PAUTA TV UFPEL: WEBTELEJORNALISMO UNIVERSITÁRIO EM PRÁTICA

**AUGUSTO LETTNIN FERRI<sup>1</sup>; MARISLEI RIBEIRO<sup>2</sup>; MICHELE NEGRINI<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – augustoferrini07@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas - marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas - mmnegrini@yahoo.com.br*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como propósito mostrar as práticas do projeto de extensão Em Pauta TV UFPEL, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas, que teve seu começo em março de 2016. Seu objetivo é produzir conteúdos de jornalismo audiovisual para mídias sociais e para TV Câmara de Pelotas, incluindo telejornais, entrevistas, reportagens especiais, entre outros. Essas produções visam formar uma ligação entre a instituição, a comunidade acadêmica e a população em geral.

De acordo com Negrini e Roos (2017), produções telejornalísticas universitárias garantem uma formação mais qualificada por meio da união da prática com a teoria. Isso é relevante, pois, de acordo com Brasil e Emerim (2011, p. 4), “a formação do jornalista televisivo deve ser levada a sério, visto a importância que estes profissionais tendem a assumir na vida social quando se inserem no mercado de trabalho”.

O Em Pauta também se encaixa como uma forma de webtelejornalismo conforme aquilo que é descrito por Teixeira (2011). “É possível oferecer cultura, educação e cidadania para o maior número de pessoas, e não somente para a comunidade acadêmica; até porque o que justifica a existência dos canais universitários é o fato de falarem para a sociedade[...]” Esse tipo de veículo mantém as práticas e características da televisão convencional, apenas se adaptando para o meio digital.

### 2. METODOLOGIA

Conforme Gil (1999, p.47), a pesquisa participante se caracteriza pelo “envolvimentos dos pesquisadores e dos pesquisados no processo de pesquisa”. Por conta disso, as matérias são feitas pelos estudantes do curso, com apoio de professoras coordenadoras, dois bolsistas e técnicos em audiovisual, com o intuito de aprofundar os conceitos aprendidos nas aulas por meio da efetivação na prática.

O projeto sempre busca abordar assuntos relevantes para seu público alvo, a comunidade acadêmica formada por alunos, professores e servidores, além de temas voltados para a região sul do estado do Rio Grande do Sul. As produções dos estudantes são postadas no Instagram e/ou no YouTube<sup>4</sup> com formatos diferentes. Os participantes são divididos em funções específicas como repórteres, cinegrafistas, editores, apresentadores e produtores, promovendo o protagonismo estudantil e a colaboração em equipe.

O Em Pauta é composto por estudantes do curso de jornalismo que participam das disciplinas obrigatórias de Práticas Laboratoriais I e V. Além disso, alunos voluntários também participam com o intuito de ganhar aprendizado. Há também dois bolsistas e, ocasionalmente, estudantes que cursam as cadeiras de Telejornalismo I, II e III.

<sup>4</sup> Link para Instagram e YouTube do Projeto:

[https://www.instagram.com/empautaufpel?utm\\_source=ig\\_web\\_button\\_share\\_sheet&igsh=cjl4bmhwYTF4bmV1](https://www.instagram.com/empautaufpel?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=cjl4bmhwYTF4bmV1) <https://www.youtube.com/@EmPautaUFPEL>

São realizadas reuniões semanais com os alunos e professoras coordenadoras do projeto. Durante esses encontros, as pautas que cada um irá apurar são escolhidas, decididas pelos próprios estudantes, levando em conta aquilo que é relevante para a instituição e sociedade. Elas então são delegadas para um grupo de 2 a 3 estudantes, os quais irão agir nas funções de repórter, cinegrafista e editor.

O repórter é responsável pela elaboração da lauda<sup>1</sup>, fazendo um roteiro e detalhando mais sobre o assunto. Após a lauda ser aprovada por uma das professoras, a gravação pode ser realizada, englobando as passagens<sup>2</sup>, os off's<sup>3</sup> e entrevistas.

O cinegrafista é responsável pela captação de imagens. Nesta posição é preciso levar em consideração os movimentos da câmera, os planos utilizados e o enquadramento do repórter, entrevistados e outros elementos importantes para a reportagem.

Após tudo ser captado, precisa ser disponibilizado para o editor, que é encarregado de editar a matéria, sendo a última etapa antes da postagem. De acordo com o Manual produzido por Alves et al. (2015), para que esse trabalho possa ser realizado de forma fluida, o editor precisa ter acesso às imagens feitas pelo cinegrafista, acesso à lauda com orientações e marcações para a edição, gravações de off feitas pelo repórter e utilizar os elementos visuais vinheta e créditos.

Durante todas as etapas do processo de produção, os alunos contam com orientações teóricas e técnicas das professoras orientadoras, bolsistas, técnicos em audiovisual e demais colegas, trabalhando com conceitos do telejornalismo como gravação, captação de áudio e escrita de lauda.. Quando a matéria está pronta, ela é revisada pelas docentes, avaliada coletivamente para gerar uma reflexão e, enfim, postada no Instagram e YouTube.

O projeto é efetivado através da realização de diferentes tipos de produção telejornalística. Os Drops, os Minutos Culturais, os Boletins e o Telejornal em Pauta.

**DROPS:** A produção mais comum dentro do projeto, tem um formato jornalístico compacto para que funcione melhor dentro das mídias sociais. O objetivo é trazer informação de qualidade sobre assuntos que sejam de interesse da comunidade local e acadêmica. Os Drops sempre contam com pelo uma entrevista com uma fonte oficial relacionada ao tópico.

**MINUTOS CULTURAIS:** Matérias que focam na cultura, como filmes, eventos, datas comemorativas e outras manifestações culturais. Como o nome indica, costumam ser mais breves que as outras produções. Todos são realizados em um ambiente padronizado no estúdio de televisão do Câmpus Anglo, utilizam de imagens para melhor representar aquilo que é abordado. Não possuem entrevistas.

**BOLETINS:** Material produzido de forma curta e objetiva, visa fazer a cobertura de um assunto da maneira mais ágil possível para manter a relevância e a factualidade. Normalmente, trata-se de notas de falecimento de pessoas com importância para a sociedade, ações na instituição ou fatos importantes que não estavam planejados.

**TELEJORNAL EM PAUTA:** Material produzido com formato de telejornal, conta com dois apresentadores, dois apresentadores para o segmento de esporte, no mínimo três reportagens produzidas pelos alunos (em formato de Drops) e uma entrevista com alguém relevante baseado em uma das reportagens. As gravações são feitas no estúdio de televisão no Campus Anglo.

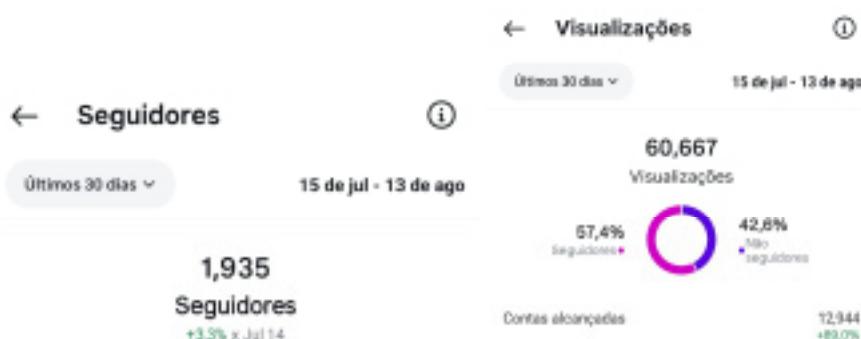
<sup>1</sup> Usada para escrever aquilo que irá na pauta, nota, ou reportagem. <sup>2</sup> Trecho da matéria em que o repórter aparece. Faz a ligação entre diferentes trechos da reportagem. <sup>3</sup>Gravação de texto sem imagem.

### 3- RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Os alunos são os que mais sentem o impacto positivo do projeto, estando presentes durante toda a produção jornalística. A partir disso, há um ganho de experiência com a produção de roteiros voltados para a televisão, gravação com equipamentos e normas do telejornalismo, edição em diferentes softwares, como entrevistar alguém corretamente para uma matéria de TV, maneiras de se portar em frente às câmeras, perder a timidez, e aprender a respeitar e configurar prazos para a entrega de matérias. Aquilo que é produzido também traz um retorno para a sociedade da região sul, que recebe informações confiáveis. Como afirmam Piccinin, Negrini e Roos (2018), projetos como este contribuem ainda para a inclusão e acessibilidade da comunicação universitária, tornando-a mais plural e democrática para todos os envolvidos.

O Canal no YouTube e o perfil do Instagram do Em Pauta TV UFPel são locais onde as postagens são feitas. Estas plataformas permitem que outros usuários assistam, compartilhem, curtam e comentem nas produções, garantindo um feedback para os alunos e o projeto como um todo.

A conta no Instagram conta atualmente com mais de 500 postagens, com um total de 1,935 seguidores e 60,667 visualizações, garantindo que aquilo produzido tem um alcance considerável.



**Figura 1 e 2 - Quantidade de seguidores e visualizações obtidas pelo perfil do Em Pauta no Instagram. (Dados retirados no dia 13/08)**

Além disso, o projeto contou com participação em eventos, como a 31ª Fenadoce, fazendo coberturas especiais, incluindo a realização do 26º Programa Em Pauta, focado especialmente na Feira. E também participou do 43º Seminário de Extensão Universitária da Região Sul (SEURS), em Lages (SC), apresentando o projeto para alunos e docentes de diferentes instituições.

### 4. CONCLUSÕES FINAIS

O Em Pauta TV UFPel se reafirma como um veículo de notícias relevante para seu público alvo, fazendo reportagens importantes à região. Ademais, o projeto dá ênfase em mostrar aquilo que é produzido pela comunidade acadêmica, garantindo visibilidade a diferentes projetos por meio do Instagram, YouTube e meios televisivos.

Os alunos conseguem praticar as rotinas de trabalho de um telejornal e os conhecimentos necessários para a área, garantindo que o aprendizado ganho no projeto seja utilizado durante a trajetória profissional. Negrini e Roos (2017) mencionam a importância desse aprendizado para o desenvolvimento do jornalista, além de ser algo que retorna para a comunidade com a formação de um profissional responsável.

Por meio das matérias produzidas, o Em Pauta também deixa uma marca significativa e positiva na sociedade em geral, trazendo informações que contêm qualidade jornalística e relevância de forma gratuita, sendo disponibilizado em duas das plataformas digitais mais utilizadas no Brasil, além da presença do projeto na televisão local.

A partir disso, é possível concluir que o projeto segue desde sua origem ajudando estudantes a se tornarem profissionais capacitados para o mercado de trabalho. Também é notável o elo que a universidade forma com a comunidade por meio das matérias.

Em suma, acredita-se que as experiências do Em Pauta vem propiciando elementos de vivências acadêmicas, quando são tratados assuntos importantes, como: educação, violência doméstica, pesquisa científica, depressão, entre outros. Os acadêmicos, participantes do projeto, enquanto sujeitos em formação, são atores sociais, dentro de um processo transformador. Demonstram ser criativos, abertos ao diálogo, à integração com a equipe e à reinvenção de novas formas de participação na sociedade.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, Brigel, Cajazeira, Gomes e Pereira (2015)  
ALVES, A.; BRIGEL, P. A.; CAJAZEIRA, P. E.; GOMES, J. J.; PEREIRA, R.; **Manual de telejornalismo da UFCA**. Juazeiro do Norte: Universidade Federal do Cariri, 2015.
- BRASIL, Antônio; EMERIM, Cárlida. **Por um modelo de análise para os telejornais universitários**. Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teóricometodológicos, Salvador, 2011.
- GIL, Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- NEGRINI, M; ROOS, R. **Tecnologias comunicacionais e telejornalismo universitário: um caminho de transformações**. Revista Alterjor, v. 2, n. 16, p. 67-80, 2017.
- TEIXEIRA, Juliana. **Webjornalismo audiovisual universitário no Brasil: um estudo dos casos TV UVA, TV UERJ E TV UFRJ**. Dissertação de Mestrado. Florianópolis, 2011.

## USO DO INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO DO CURSO DE QUÍMICA FORENSE

LARISSA AFONSO DE MARE<sup>1</sup>; NAIANA TELLES OSTOSI<sup>2</sup>; ROGÉRIO ANTÔNIO FREITAG<sup>3</sup>; CARLA DE ANDRADE HARTWIG<sup>4</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – larissa.demare1802@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – nai\_ostosi@yahoo.com.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – rafreitag@gmail.co*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas (UFPel) – carlahartwig@yahoo.com.br*

### 1. INTRODUÇÃO

Quando o conhecimento produzido no meio acadêmico ultrapassa os limites das salas de aula e retorna à sociedade em forma de iniciativas práticas, trata-se de extensão universitária. Reconhecida como um dos alicerces da educação superior, ela coordena ensino e pesquisa em práticas que impactam diretamente a realidade social. Essa atuação cria oportunidades para que estudantes e professores desenvolvam competências técnicas, humanas e cidadãs, ao mesmo tempo em que contribui para a elaboração de soluções voltadas às necessidades coletivas. Assim, a extensão deve ser compreendida como um compromisso ético e social, capaz de promover transformações ao integrar saber científico e vivências comunitárias, ampliando o alcance do conhecimento e fortalecendo a responsabilidade social da universidade (Ribeiro, 2011).

Em um cenário de busca por mais integração e impacto social, as tecnologias da informação e comunicação (TICs), surgem como ferramentas essenciais para a extensão universitária. As redes sociais desempenham um papel muito importante na mediação desse diálogo, reajustando o modo como o conhecimento é produzido e acessado. Conforme Santos e Santos (2014), essas plataformas exercem uma influência significativa na sociedade e educação contemporânea, o que as torna canais estratégicos para a democratização do conhecimento. A integração das tecnologias digitais mostra-se fundamental para que a extensão cumpra seu papel em um cenário moderno. A relevância do *Instagram* como ferramenta nesse processo é mencionada por Romão e Silva Júnior (2022), que destacam como a adaptação da extensão universitária durante a pandemia consolidou o uso das redes sociais como um recurso indispensável para atrair o interesse público e realizar divulgação. Neste contexto, o *Instagram* se tornou uma estratégia central para as instituições de ensino cumprirem seu compromisso social de forma eficaz e alinhada a novas dinâmicas da sociedade.

Considerando a relevância da comunicação digital para a extensão universitária, a criação de projetos estratégicos se mostra essencial. Neste sentido, o projeto de extensão Núcleo de comunicação e Divulgação (NCD) do curso de Bacharelado em Química Forense da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) foi estabelecido. A iniciativa visa não apenas divulgar o trabalho acadêmico e as atividades desenvolvidas, mas também estabelecer um canal direto e confiável de comunicação à comunidade, como fonte oficial de notícias e

informações do curso. Neste contexto, a equipe do projeto fica responsável pelas divulgações no *Website* e redes sociais oficiais do curso, e pela apresentação das atividades do curso em Mostras e Feiras. Percebe-se, assim, um favorecimento à formação dos estudantes que fazem parte do projeto, ao proporcionar experiência prática em comunicação e mídias digitais, reforçando a integração entre ensino, pesquisa e extensão.

Desta forma, considerando a relevância do *Instagram* dentre as plataformas de redes sociais utilizadas, este trabalho teve por objetivo avaliar o alcance e impacto das ações de divulgação realizadas pelo curso por meio desta plataforma, através do acompanhamento das métricas disponíveis.

## 2. METODOLOGIA

O projeto entrou em vigência em 15/03/2024, sendo registrado no sistema institucional Cobalto pelo número 7897. Dentre as plataformas de redes sociais onde são feitas as divulgações relacionadas ao curso, destaca-se o *Instagram*, com perfil intitulado “Química Forense UFPEL”, usuário [@bachareladoquimicaforense](https://www.instagram.com/bachareladoquimicaforense), e logotipo oficial do curso sendo utilizado como foto de perfil. A descrição do perfil inclui a informação: “Núcleo de comunicação oficial do curso de Bacharelado em Química Forense - UFPEL”. Ainda, foi também adicionado um link para o *Linktree* do curso, a fim de facilitar o acesso ao *Website*, demais redes sociais e meios de comunicação do Curso de Química Forense.

As postagens desta conta (Figura 1) são produzidas por um grupo de dez estudantes do curso, sendo um bolsista, que integram a equipe do projeto extensionista. Todas as atividades são acompanhadas e supervisionadas pela docente responsável, garantindo orientação e qualidade do conteúdo compartilhado.



Figura 1. Perfil oficial do curso de Química Forense no Instagram.

As atividades relacionadas à divulgação do curso no *Instagram*, são dinâmicas. À medida que surgem novidades sobre o curso ou informações relevantes da Universidade, como prazos, comunicados e convites para eventos, o perfil é constantemente atualizado, tanto com publicações no *feed* quanto em *Stories*. As postagens são sempre organizadas pelos integrantes do projeto, que se dividem em grupos de duas ou três pessoas. Cada grupo fica responsável por criar uma publicação completa, incluindo fotos e legenda, utilizando o *Canva* para o *design*, seguindo uma ordem previamente estabelecida, de modo que cada postagem tenha um grupo responsável. Ainda, antes da publicação pela bolsista

do projeto, o conteúdo é previamente avaliado por toda a equipe, de modo que todos os integrantes, e principalmente a docente responsável, possam sugerir eventuais alterações que se façam necessárias.

Embora o objetivo principal, neste caso, seja a avaliação do alcance da divulgação realizada por meio do *Instagram*, ressalta-se que além das atividades nas demais redes sociais e *Website*, os integrantes do projeto também exercem comunicação oral direta em eventos, aproveitando essas oportunidades para apresentar o curso à comunidade e promover interação com o público.

Assim, o desenvolvimento deste trabalho se deu a partir do acompanhamento das métricas da plataforma *Instagram*, desde a criação da conta até o mês de agosto de 2025, totalizando um período de 13 meses. A avaliação, buscando conhecer o alcance das publicações, incluiu a coleta de informações sobre números de acesso, curtidas, seguidores, interações; e demais informações, como idade, sexo e localização geográfica do público envolvido.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A conta foi criada em julho de 2024, iniciando com uma primeira postagem que anunciaava apenas que, em breve, haveria conteúdo. A intenção era despertar a curiosidade, e assim, gerar visibilidade, o que de fato ocorreu. Alguns dias depois, uma nova postagem foi realizada, informando que se tratava do perfil oficial do Bacharelado em Química Forense. Nela, destacou-se que o propósito do espaço era fortalecer a comunicação com os discentes e apoiar a divulgação das atividades de ensino, pesquisa e extensão. A publicação atingiu um alto nível de engajamento.

Foi realizado também um post com o objetivo de apresentar nossa equipe. A publicação trazia um design que exibia as fotos dos coordenadores e dos alunos do curso que participam do projeto Núcleo de Comunicação e Divulgação do curso de Química Forense. Nos meses seguintes, foram realizadas publicações sobre diversos temas, incluindo convites para o estande da PREC na Fenadoce, visitas técnicas relacionadas às disciplinas de Química Forense, Ciências Forenses e Estágio I, treinamentos periciais em parceria com a Polícia Federal, defesas de TCC, Mostra de Cursos da UFPel, datas importantes, acolhidas ao ingressantes e até mesmo posts de volta às aulas, como forma de incentivo aos alunos.

Cabe ressaltar que a criação de um perfil oficial do curso na plataforma *Instagram*, atendeu uma demanda antiga da comunidade acadêmica do curso, a qual ansiava pelo estabelecimento de uma comunicação mais interativa do curso nesta que se constitui como uma das plataformas de redes sociais mais usuais da atualidade, dentre os alunos de graduação. Ainda, a manutenção da conta sendo vinculada a um projeto de extensão, possibilita o aporte de bolsas para integrantes do projeto, valorizando as atividades referentes à divulgação do curso no *Website* e redes sociais, desenvolvidas pelos alunos, assim como as demais atividades previstas pelo projeto.

Para este trabalho, foram consultados os *insights* fornecidos pelo *Instagram*, no período de 12 de julho de 2024 até 20 de agosto de 2025, contabilizando um ano e um mês da ativação da conta. Neste período, foram publicadas 27 postagens no feed, e a conta alcançou 327 seguidores, com cada publicação atingindo mais de mil visualizações. Nos últimos 90 dias (22 de maio – 19 de agosto), as métricas disponíveis indicaram mais de 26 mil visualizações na conta (Figura 2), sendo 64,2% de seguidores e 35,9% de não seguidores. O público

predominante tem entre 18 e 24 anos, é majoritariamente feminino e reside na cidade de Pelotas. Um dado curioso é que, ao analisar esses *insights*, foi observado uma pequena, mas relevante, porcentagem de visualizações provenientes de perfis da Alemanha. No total, foi somado 3.032 contas alcançadas.



**Figura 2.** Insights disponibilizados pelo *Instagram* para o perfil oficial do curso de Química Forense.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto Núcleo de Comunicação e Divulgação do curso de Bacharelado em Química Forense da UFPel, tem se mostrado uma estratégia eficiente para integrar ensino, pesquisa e extensão, ajudando a ampliar o alcance do conhecimento produzido na Universidade. Por meio das atividades deste projeto vê-se fortalecida a comunicação entre o curso e a comunidade acadêmica, além do estabelecimento de um canal direto e confiável para apresentar o curso ao público externo, o que ajuda a dar visibilidade a este curso de graduação. Ainda, o projeto enriquece a formação dos estudantes envolvidos, oferecendo experiência em comunicação e mídias digitais.

Observa-se que a utilização das redes sociais, especialmente do *Instagram*, se mostra como uma ferramenta estratégica para promover interação com a comunidade. De fato, as métricas avaliadas demonstraram que a conta cumpriu seu objetivo: alcançar tanto a comunidade acadêmica quanto a população em geral. Assim, evidencia-se como a extensão universitária, aliada às tecnologias digitais, consegue levar o conhecimento acadêmico para mais perto da sociedade.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RIBEIRO, R. M. C. **A extensão universitária como indicativo de responsabilidade social.** Revista Diálogos: Pesquisa em Extensão Universitária, Brasília, v.15, n.1, p.81-88, jul. 2011.

SANTOS, V. L. C.; SANTOS, J. E. **As redes sociais digitais e sua influência na sociedade e educação contemporâneas.** Holos, Natal, v.6, p.307–328, 2014.

ROMÃO, K. H. O.; SILVA JÚNIOR, C. A. **Instagram como ferramenta na divulgação científica e extensão universitária.** Brazilian Journal of Health Review, Curitiba, v. 5, n. 3, p. 10679-10691, 2022.

## PANORAMA DAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO DOS AUTORES DA REVISTA BRASILEIRA DE ENGENHARIA E SUSTENTABILIDADE (RBES)

GIOVANNA TORRES FELIPPE<sup>1</sup>; FABIANA FERNANDES DOS SANTOS<sup>2</sup>; FABIANE LEROY DOS SANTOS<sup>3</sup>; DIULIANA LEANDRO<sup>4</sup>; GIZELE INGRID GADOTTI<sup>5</sup>; ANDRÉA SOUZA CASTRO<sup>6</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – giovannatfelippe@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – fernandes.fabiana@ufpel.edu.br*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – fabianefls2000@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – diuliana.leandro@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gizeleingrid@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – andreascastro@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

A divulgação científica possui um papel central, pois possibilita que, em diferentes momentos históricos, diversos estudos estejam acessíveis tanto à comunidade científica quanto à sociedade em geral. Essa circulação de publicações permite que os avanços científicos ocorram, promovendo discussões teóricas a partir de novas descobertas e propostas metodológicas para compreender o mundo em que vivemos. (Alencar, 2024, p. 2).

Sendo assim, a Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade (RBES), que atua desde 2015 no Centro de Engenharias da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) como um periódico científico sem fins lucrativos, tem como principal objetivo difundir o conhecimento científico entre docentes e discentes nas áreas de engenharia e sustentabilidade, com intenção de promover o debate acadêmico e contribuir para o desenvolvimento de novas tecnologias, funcionando, então, como um veículo de informação.

As publicações da revista costumavam ocorrer em duas edições anuais, complementadas por números especiais. Entretanto, desde 2023, o periódico passou a adotar o sistema de fluxo contínuo, mantendo ainda edições especiais em parceria com eventos. Atualmente, a RBES se encontra indexada no portal de periódicos da UFPel. A divulgação do conhecimento científico é cada vez mais necessária, especialmente em contextos de descrédito da ciência, sendo as revistas científicas importantes canais de legitimação do saber (Cardoso, 2020).

Desde a sua criação, a RBES tem recebido submissões de autores vinculados a diferentes instituições de ensino do Brasil. Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo principal identificar as instituições às quais esses autores estão filiados, bem como mapear as distintas regiões do país em que se situam. Além disso, o estudo busca analisar o alcance geográfico da revista, considerando a relevância desse aspecto para a sua consolidação no meio acadêmico.

## 2. METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho, foi feita uma análise dos dados disponíveis nas edições anteriores. As instituições dos autores com artigos submetidos e aceitos na revista entre 2015 e agosto de 2025 foi agrupado e organizado. Com o auxílio de uma planilha Excel, os dados foram tabulados e apresentados em formato de tabela. Foi também utilizado um gráfico de linhas para demonstração das instituições e autores e um gráfico “pizza” para melhor visualização de distribuição de regiões.

## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

De acordo com a tabela 1, é possível analisar que a Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade publicou, entre 2015 e agosto de 2025, 123 artigos, contando com 649 autores. Contudo o ano de 2017 se destaca, por ser o ano com maior número de publicações, entretanto, o ano de 2018 ganha destaque por ter contando com 110 autores, o maior número até então.

ANO	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Total
NÚMERO DE ARTIGOS	3	16	22	20	16	10	12	13	4	17	4	123
NÚMERO DE AUTORES	12	86	104	110	69	52	48	57	19	76	16	649

Tabela 1. Número de autores e artigos por ano

Fonte: autores, 2025

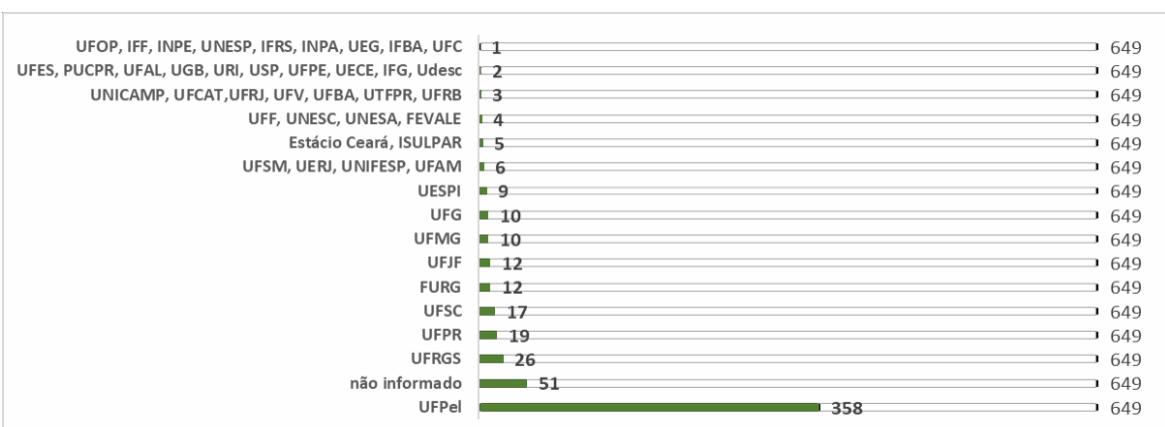


Figura 1. Instituições de autores que publicaram na revista entre 2015 e agosto de 2025 .

Fonte: autores, 2025.

Conforme apresentado na Figura 1, observa-se que diversas instituições, como a UNESP (Universidade Estadual Paulista), a UEG (Universidade Estadual de Goiás) e a UFES (Universidade Federal do Espírito Santo), registraram participação com apenas um autor vinculado. Em contraste, universidades como a UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), a UFPR (Universidade Federal do Paraná) e a UFRGS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) destacaram-se

por reunir contribuições de mais de dez autores cada. Esse resultado pode estar relacionado ao fato de todas essas instituições pertencerem à região Sul do Brasil, mesma região em que a Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade (RBES) está inserida.

Entre as instituições participantes, merece destaque a Universidade Federal de Pelotas (UFPel), que concentrou 358 autores, correspondendo a 55,16% do total. Tal predominância pode ser explicada pelo vínculo institucional da RBES, sediada na própria UFPel, o que favorece a maior participação de seus pesquisadores em comparação às demais instituições. Esse cenário evidencia a influência da proximidade institucional na representatividade dos autores e, ao mesmo tempo, ressalta a necessidade de ampliar a divulgação da revista em outras regiões do país, com vistas a diversificar sua base de colaboradores.

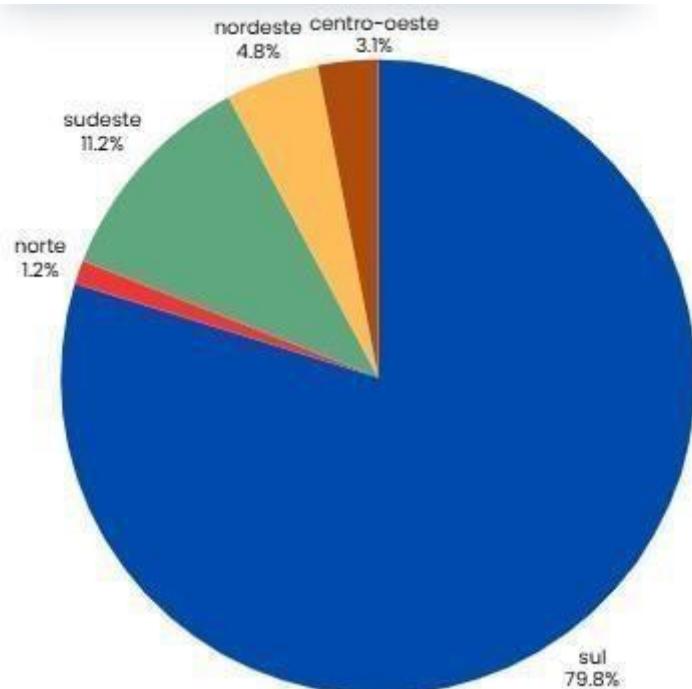


Figura 2. Instituições de autores que publicaram na revista entre 2015 e agosto de 2025 separados por região. Fonte: autores, 2025

Conforme apresentado na Figura 2, é possível identificar a distribuição regional das instituições de origem dos autores. Verifica-se que a região Sul concentra a maior participação, com 470 autores, o que representa 73,1% do total. Em contraste, a região Norte apresenta a menor representatividade, com apenas sete autores. As regiões Sudeste e Nordeste também registram participação reduzida, o que reforça a importância de intensificar a divulgação da revista por

meio das redes sociais e de outras ferramentas de comunicação, a fim de ampliar seu alcance e diversificar sua base de colaboradores.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Com base nas informações apresentadas, conclui-se que a Revista Brasileira de Engenharia e Sustentabilidade conta com autores de todas as regiões do Brasil, vinculados a mais de 30 instituições. Entretanto, observa-se uma maior concentração de autores na região Sul, especialmente na Universidade Federal de Pelotas. Esse resultado pode ser explicado pelo fato de a revista ter sido criada nessa instituição, o que lhe confere maior reconhecimento. Contudo, diante das novas tecnologias e ferramentas de divulgação científica, torna-se necessária a ampliação de sua abrangência em níveis nacional e internacional.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, Juheina Lacerda Ribeiro Viana. A importância dos periódicos na divulgação científica no Brasil. **Elisée – Revista de Geografia da UEG**, v. 13, n. 1, e1312407, p. 1-14, jan./dez. 2024. DOI: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2021.v15.e02103>

CARDOSO, S. P. A importância da visibilidade dos periódicos científicos no Brasil. **Revista Científica do IFRJ**, v. 7, n. 2, p. xx–xx, 2020. Disponível em: <https://revistascientificas.ifrj.edu.br/index.php/reci/article/view/1451/826>. Acesso em: 28 ago. 2025.

UFPel – Universidade Federal de Pelotas – **Portal de Periódicos da UFPel**. Acessado em 25 ago. 2025. Online. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/RBES/workflow/index/27025/4>

## O USO DO INSTAGRAM COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO DO PROJETO COMPARTILHA UFPEL

HERYCA MONKES MACHADO<sup>1</sup>; ANA CAROLINA DA SILVA PEREIRA<sup>2</sup>;  
LORRANA VITORIA SCHAUIMILE FURTADO<sup>3</sup>; LEONARDO CRUZ DOS SANTOS<sup>4</sup>; KIMBERLY ALVES MESQUITA<sup>5</sup>; LUCIANE BOTELHO MARTINS<sup>6</sup>:

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – herycamonkees@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – anacarolinaspereira@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lorranaufpel@gmail.com*

<sup>4</sup>*Universidade Federal de Pelotas – leonardo303.santos@gmail.com*

<sup>5</sup>*Universidade Federal de Pelotas – kimberlyalves514@gmail.com*

<sup>6</sup>*Universidade Federal de Pelotas – luciane.martins@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

O projeto “Compartilhando Saberes e Experiências entre Universidade e Escola”, carinhosamente chamado de Compartilha UFPel, é um projeto de extensão da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) coordenado por docentes de dois cursos de graduação: Administração e Letras. O projeto surgiu a partir da inquietação de ingressantes desses dois cursos em relação à falta de informações sobre o ingresso/permanência e mundo do trabalho quando eram alunos do Ensino Médio. Assim surge a proposta de aproximar estudantes universitários de alunos da Educação Básica. O principal intuito da iniciativa é compartilhar informações sobre a UFPel, como políticas de ingresso e permanência, além de conversar sobre os desafios e oportunidades da vida adulta, oferecendo apoio e orientação a quem está nessa difícil fase de transição.

Ao longo das primeiras reuniões surgiu a proposta de ampliar o alcance das ações do grupo. A ideia é alcançar o maior número de estudantes por meio de redes que fazem parte do dia a dia do jovem. O projeto, portanto, possui duas ações concomitantes: a. divulgação de conteúdo via Instagram; e, b. visitas presenciais nas escolas, momento em que são realizadas dinâmicas e rodas de conversa.

Neste resumo, tratamos sobre uma dessas ações: o perfil no Instagram, que acabou se tornando o principal canal de comunicação do projeto. Por meio dessa rede social, foi possível construir uma ponte entre a universidade e a escola, compartilhando conteúdos informativos, depoimentos e experiências, valendo-se de uma linguagem acessível, acolhedora e próxima dos estudantes.

Desse modo, a iniciativa de criar um perfil no Instagram se justifica pela forte presença dos jovens e adolescentes nessa rede social e pela facilidade de conexão entre/com estudantes. Isso permite que as informações essenciais e as principais dúvidas sobre a trajetória acadêmica possam ser esclarecidas por integrantes do projeto. A ação de extensão envolve planejamento, pesquisa, criação de conteúdo e publicação de posts criativos e informativos para o perfil.

Ao utilizar o Instagram como ferramenta de divulgação das atividades e conteúdos produzidos pelo grupo amplia-se o alcance do projeto chegando a estudantes jovens - o público-alvo mais engajado com a rede social.

Assim, a proposta busca cumprir com o objetivo de aproximar a universidade dos estudantes, adequando-se ao principal meio de comunicação utilizado por esse grupo social.

### 2. METODOLOGIA



O perfil do Instagram (@compartilha.ufpel) é administrado por estudantes dos cursos de Administração e Letras, sob supervisão das coordenadoras do projeto. Durante as reuniões, são discutidos os temas a serem abordados e pequenas equipes são organizadas para execução das tarefas que envolvem pesquisa, planejamento e produção de material para publicação. A proposta é que os conteúdos atendam as principais dúvidas e curiosidades dos estudantes. É relevante destacar que esse mapeamento (dúvidas e curiosidades) são percebidas durante as visitas às escolas. Assim criamos um espaço de troca real e contínua.

Como ressaltam Anadias et al.,

“...é muito importante que a rede educacional esteja relacionada às mídias sociais, nesse caso elas conectam a universidade aos estudantes e à sociedade, e isso só vem crescendo com o avanço das tecnologias digitais, é uma forma nova de comunicação e interação” (2024, p. 71).

Embora o Instagram não seja por excelência um recurso educacional, boa parte das escolas utiliza essa ferramenta para aproximar a escola da comunidade. Além disso, Silva et al. evidenciam que,

“...o uso de redes sociais para a disseminação do conhecimento científico tem se revelado uma ferramenta poderosa na atualidade, em que o Instagram se destaca como uma forma inovadora e eficiente, em que a popularidade e os recursos visuais da plataforma tornam os conteúdos de ciência mais acessíveis e envolventes” (2025, p. 2).

Isso posto, destacamos a periodicidade das postagens como uma das principais estratégias utilizadas para atingir maior engajamento entre estudantes. Nesse espaço, são desenvolvidas publicações semanais, para que se garanta a visibilidade do perfil e a difusão de informações que possam contribuir e orientar os jovens em suas escolhas profissionais. Buscamos produzir conteúdo visual e interativo de modo a tornar o perfil mais organizado, atrativo e dinâmico.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O Instagram do projeto apresenta um alcance significativo de visualizações, mesmo não possuindo ainda um grande número de seguidores. Isso indica que, de alguma forma, nosso conteúdo já está chegando à comunidade e conquistando espaço. O projeto ainda está em fase inicial, mas já percebemos uma visibilidade relevante e temos a expectativa de que com o passar do tempo possamos atingir um número cada vez maior de jovens. Com cinco meses de criação do perfil conta-se com 2.500 visualizações apenas nos últimos trinta dias. O perfil conta com algumas publicações que já obtiveram um bom alcance, despertando interesse nos alunos sobre assuntos como: o ENEM com 3.161 visualizações, o SISU com 2.253 visualizações e o PAVE com 2.158 visualizações, sendo 15,2% da visualização de seguidores e 84,8% de não seguidores.

No presente momento, o Instagram do projeto possui 13 publicações, três delas são sobre as visitas que realizamos às escolas, seis trazem informações sobre o ENEM, o PAVE, o SISU e outros assuntos importantes para quem tem o interesse em ingressar na universidade, além de outras três contando quem

"QUEM SOMOS?". Nossa última publicação divulga nossa participação na Fenadoce.

Essas divulgações tem ajudado a levar informações de forma simples e acessível para a comunidade. Almejamos continuar ampliando o alcance e o engajamento a fim de fortalecer a presença do projeto no meio digital e, consequentemente, na comunidade que é nosso principal foco.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O projeto Compartilha UFPel evidencia a relevância da aproximação entre a universidade e a Educação Básica, cumprindo o objetivo de criar espaços de diálogo e orientação sobre a trajetória acadêmica. Ao utilizar o Instagram como principal canal de comunicação, promove-se uma maior proximidade com os jovens, em sintonia com o meio digital em que estão inseridos.

Nesse processo, observa-se o impacto positivo tanto na comunidade, que passou a ter maior acesso a informações de forma clara e acessível, quanto na universidade, que fortalece seu papel extensionista ao contribuir para a formação cidadã e apoiar estudantes em um momento decisivo de suas vidas.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANADIAS, L.; RODRIGUES, L.; SOUSA, M.; GABRIEL, V.; MELO, W.; SILVA, B. G. F. *Gestão estratégica: Projeto Instagram do Curso de Administração da Universidade de Pernambuco*. 2024.

SILVA, Vitor dos Santos; BATISTA, Vanessa de Oliveira; LINS , Marvin Paulo; FERRO , Jamylle Nunes de Souza; REIS , Maria Danielma dos Santos. O Uso Do Instagram Na Divulgação Científica:: Um Projeto De Extensão Universitária. Revista OPTIE - Observatório de Pesquisa, Tecnologia e Inovação na Educação Básica , [S. I.], v. 1, n. 2, 2025.

## A FOTOGRAFIA COMO ESTRATÉGIA DE REGISTRO DAS RECORDAÇÕES EXTENSIONISTAS

**JÚLIA MOREIRA RODRIGUES DOS SANTOS<sup>1</sup>; RAQUEL SILVEIRA RITA DIAS<sup>2</sup>;**  
**TUANNY MASCARENHAS<sup>3</sup>; ELEONORA CAMPOS<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – juliamoreirars98@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – rakssilveira@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – tuanny.mascarenhas@ufpel.edu.br*

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas - eleonoracamposdamottasantos2@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa a importância da fotografia como uma ferramenta de recordação das ações extensionistas. Durante os dois meses em que realizei as atividades para a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PREC), como bolsista de extensão no projeto Espaço de Arte Popular (EAP), as atividades realizadas nas quais me envolvi foram voltadas à temática do notório saber que se configura no reconhecimento institucional de mestras e mestres de saberes tradicionais e populares. A imagem, nestas ocasiões, é um recurso essencial para preservação da memória e das referências de saberes que encontram na oralidade e nos encontros seus principais modos de existir. O espaço do EAP fica localizada na Rua Benjamin Constant 1071, é “voltado para atividades voltadas a aproximações e contatos com referências e iniciativas de encontros de saberes no espaços universitários, com o propósito de construir uma UFPel mais pluriversitária” (EAP, 2025) e representa um marco, pois a maioria das atividades realizadas neste espaço acontecem juntamente com o Ciclo Permanente de Atividades de Educação Antirracista (CPAEA), também uma ação institucional da Universidade Federal de Pelotas (UFPel).

Através dos projetos, realizamos várias atividades de valorização da cultura negra, no ambiente acadêmico da UFPel, com a fotografia como um importante suporte visual que transmite os sentidos, as lembranças e principalmente memórias do espaço e das conversas geradas pelas atividades desenvolvidas. Por FILHO (2017, p. 9), a imagem tem um significado de preservar a potência social e o racial: “As fotografias da cultura negra têm o intuito de preservar a memória social, memória esta que se forma através de um conjunto de fatos, atos, transformações, tradições”. E, para MAUAD (1998, p. 4), a fotografia reserva um momento de preservação da imagem e recordação do movimento. “(...) a fotografia apresenta, para então, representar – assumir a sua dimensão de mensagem significativa, de classificação ou, quiçá, de lugar de memória.”

Assim, o trabalho visa indicar a relevância da imagem como uma ferramenta de memória no que diz respeito à comunidade negra - nos projetos extensionistas EAP e CPAEA.

### 2. METODOLOGIA

Durante o mês de junho, ocorreram dois eventos em conjunto do EAP com o Ciclo Permanente. O primeiro foi “Encontros de Saberes: Experiências de Coaprendizagem Recíproca” com o professor e Doutor Edgar Barbosa Neto, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A proposta se deu para aprofundar no conhecimento dos saberes tradicionais e o reconhecimento notório

de mestres e mestras populares. Durante a palestra, o docente relatou a importância de mestres e mestras dos povos quilombolas em Minas Gerais (MG) e em Pelotas.



Foto: Júlia Moreira



Foto: Júlia Moreira

A segunda iniciativa foi "Pelotas Pelas Águas" com a parceria com a Pós - Graduação e a Graduação da Antropologia. O evento conteve a participação do Mestre Griô Dilermando - fundador do Centro de Ação Social, Cultural e Educacional - Odara, Célia Cristina Machado de Carvalho (pescadora da Colônia Z3), Gilda Maria Macedo Alves (moradora das Doquinhas), matriarca e representante do Instituto Hélio D' Angola e Glenio Calmon de Aquino Rissio, griô digital e ativista em comunicação comunitária.

Figura 1



Foto: Júlia Moreira

Figura 2



Foto: Luisa Oliveira

Figura 3



Foto: Luisa Oliveira

Figura 4



Foto: Júlia Moreira

Durante as falas dos respectivos convidados, no espaço do EAP, juntamente com uma colega também bolsista, acabei circulando entre a plateia para ter um ângulo para as fotos, retratando assim as fotografias como lembranças do dia. As fotos foram postadas no instagram do Ciclo (@cpaea\_ufpel). A atividade foi um momento de partilha das histórias, vivências, memórias e afetos dos convidados para a comunidade acadêmica e fora dela.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Todas as ações que ocorreram durante esses meses foram importantes para o meu desenvolvimento acadêmico e para o lado pessoal. Este conhecimento vai além de uma história, é sentir o meu pertencimento racial pela representatividade negra, simbolizando a luta do povo negro - seja pela religião, lugares onde vivem e suas histórias. Além disso, as fotografias ficam como memórias - para assim sentir e observar as expressões das pessoas e transmitir uma mensagem.

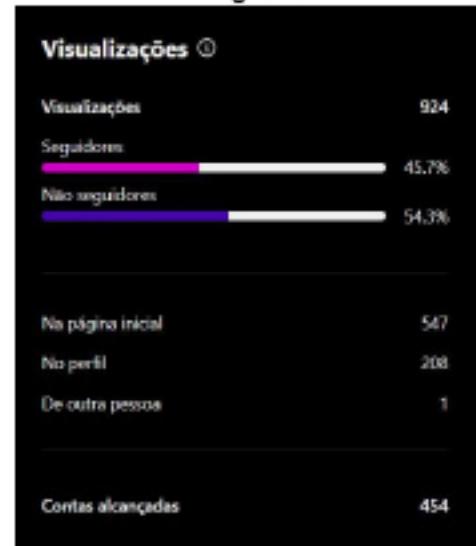
As fotografias tiradas no evento - "Encontro de Saberes" do professor Edgar foram colocadas no armazenamento do *Google Drive*. Foi disponibilizado por mim e assim encaminhado para a Coordenadora do projeto, professora Eleonora Campos da Motta Santos.

Em relação ao evento "Pelotas pelas Águas", as imagens foram tiradas por outra estudante presente na atividade, próxima a um dos convidados que compartilhou experiências no evento. Depois, ocorreu o compartilhamento nas redes sociais do CPAEA/UFPEL (Imagen 5). Sobre as visualizações da postagem foram 924 no Instagram (Imagen 6). É importante o recebimento das atividades para o público que não segue a página com a estimativa 54,3 % e para a comunidade que segue o Instagram do CPAEA com 45,7% de alcance.

Figura 5



Figura 6



Nos próximos meses, estão programadas novas ações e eventos do CPAEA e no espaço do EAP, promovendo para comunidade acadêmica e público geral a troca de conhecimentos que propicie um processo de formação para todos os envolvidos nos projetos extensionistas.

### 4. CONSIDERAÇÕES

A partir das ações extensionistas pude compreender a importância da fotografia como uma estratégia de recordação, proporcionando o conhecimento da cultura negra e preservando as memórias para a comunidade acadêmica e o público em geral. De acordo com DEUS (2015), às ações extensionistas promovem o reconhecimento de um olhar para a diversidade e a visão de mundo.

A Extensão é o lugar da alteridade por excelência. Onde a universidade realiza o reconhecimento da diversidade sociocultural e etnicoracial e permite a construção e o estabelecimento dos compromissos necessários à leitura do mundo. Ao atuar nas dimensões estéticas e culturais, a extensão universitária pressiona o ensino. (DEUS, 2015, p. 12).

Por fim, a fotografia tem uma grande potência de registrar os atos, os fatos e assim prevalecer o conhecimento e as memórias que perpetuam nas ações extensionistas.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**ANJOS, M. R; MELO. R. A. FOTOJORNALISMO E IDENTIDADE NEGRA: UMA ANÁLISE DAS FOTOGRAFIAS DE AMANDA OLIVEIRA E NAYARA JINKNNS.** V Grão Fino: Semana de Fotografia Campina Grande/PB 9 a 11 de Novembro de 2022.

DEUS, S. "Sobre Extensão, diários e memórias." In: Mello, Bruno Cesar Euphrasio de. Diários Messiânicos: cotidiano de uma experiência de extensão universitária. Porto Alegre: UFRGS. ISBN: 978-85-66106-48-0. (2015).

AMORAS, N; GOLDMAN, M. **Anais dos Seminários do NAnSi.** Volume 3, 2024. 2764-4324. Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Núcleo de Antropologia Simétrica - NAnSi. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional – PPGAS-MNApoio: Edital 06/2023 - Programa de Apoio à Organização de Eventos Científicos, Tecnológicos e de Inovação no Rio de Janeiro - APQ 2 -, da FAPERJ -, Ref. Proc. E-26/210.383/2023

**FILHO, J. M. S. A FOTOGRAFIA COMO FONTE: O CASO DA CULTURA AFRO-BRASILEIRA.** 2017. 41f. Trabalho de conclusão de cursos apresentado à Escola de Arquivologia, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Arquivologia. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro.

**MAUAD, Ana Maria. Através da imagem: fotografia e história interfaces.** Tempo. Rio de Janeiro, v.1, n.2, p.73-98, 1996.

**EAP.** Universidade Federal de Pelotas. Acesso em 26 de ago. de 2025. Online. Disponível em: [Pró-Reitoria de Extensão e Cultura » EAP](http://www.eap.uol.com.br/)

## PROJETO INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MUNDO PROFISSIONAL: DELIMITAÇÕES DOS ALUNOS DO CURSO TÉCNICO EM DESIGN GRÁFICO DO IFSUL PELOTAS

ISADORA ALCANTARA ROSA<sup>1</sup>; LAÍS CAROLINA BASSO ZANELLA<sup>2</sup>; ENZZO  
LOPES RODRIGUES<sup>3</sup>; CLARISSA RIBEIRO<sup>4</sup>; SILVIA PORTO MEIRELLES  
LEITE<sup>5</sup>;

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [isaalcantara.rosa@gmail.com](mailto:isaalcantara.rosa@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [laizznli@gmail.com](mailto:laizznli@gmail.com)

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – [enzzolp14@gmail.com](mailto:enzzolp14@gmail.com)

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – [clarissaribeirojml@gmail.com](mailto:clarissaribeirojml@gmail.com)

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – [silviameirelles@gmail.com](mailto:silviameirelles@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O projeto "Inteligência Artificial no Mundo Profissional" está vinculado ao Projeto de Extensão Educação Midiática e Audiência Jovem, também integra a disciplina de Educomunicação ofertada pelo curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O presente resumo busca relatar a condução de quatro oficinas e a produção de um guia com diretrizes de uso da Inteligência Artificial dentro da vida acadêmica e profissional, realizadas dentro do espaço da disciplina "Experiências Estéticas" ministrada pela Prof. Cecília Boanova, com 18 alunos do sexto semestre do Curso Técnico em Design Gráfico do Instituto Federal de Pelotas (IFSul).

"Inteligência artificial (IA) é o nome dado ao amplo espectro de tecnologias desenhadas para que máquinas percebam, interpretem, aprendam e ajam imitando as habilidades cognitivas humanas" (Canuto, 2024, apud Santaella, 2024, pág 3). Assim, podemos entender que essa ferramenta é desenvolvida para realizar tarefas reproduzidas pelos humanos, entre elas processos próprios do Design Gráfico. Esse campo de estudo, segundo Oliveira e Curtis (2018), é de natureza social e usa suas mídias (a imagem e o texto) para transmitir mensagens, em suas variadas áreas.

A educação midiática é um conjunto de habilidades que capacita as pessoas a analisarem e participarem de forma crítica no ambiente informacional. Dentro dela notamos convergências com os conceitos de conscientização apresentados por Paulo Freire, esse processo, que pode ser analisado como movimento de humanização, é feito por meio de reflexão distanciada (Agostini, 2018). Assim, essa abordagem é importante em situações como o aumento do uso de inteligências artificiais em ambientes profissionais e criativos. A IA, funcionando como uma nova "mediação técnica," tem um impacto sistêmico na sociedade, e suas consequências, embora não sempre evidentes, são nítidas e relevantes para o debate público e para a definição de políticas públicas (Sayad, 2023).

Durante os encontros das oficinas buscamos promover a reflexão sobre os usos éticos da Inteligência Artificial na atividade profissional e conscientizar sobre a presença dela no exercício do Design Gráfico.

### 2. METODOLOGIA

A elaboração e condução da proposta baseou-se na pesquisa-ação (TRIPP, 2005), uma abordagem metodológica que busca promover a participação ativa dos pesquisadores e sujeitos da pesquisa para a solução dos problemas identificados. Essa metodologia combina a ação prática e a reflexão em um processo cíclico, permitindo ajustes e melhorias contínuas ao longo do tempo.

Foram realizadas quatro oficinas – nos dias 03/07, 10/07, 17/07 e 24/07. Durante o primeiro encontro apresentamos conceitos básicos e a proposta do produto a ser entregue ao final das discussões. Utilizamos o espaço concedido para explicar alguns pontos da história da Inteligência Artificial Generativa e conectá-los com o que vivemos atualmente. Nesse dia, foi aberto espaço para debate e colaborações dos alunos que se mostraram curiosos quanto ao assunto que levamos para sala de aula.

No segundo encontro, pudemos trazer assuntos que despertaram interesse nos alunos, como, por exemplo, jornalismo e ética, design e ética e política. Aprofundamos a discussão e fizemos uma dinâmica com os estudantes, que escreveram em cartolinhas o que consideravam certo no uso de Inteligência Artificial e o que deveriam evitar, tanto no dia a dia, como no design. Delimitamos no final do encontro de que forma conduziríamos a entrega do material final e a organização dos grupos para tal.

No terceiro encontro começamos a elaborar o trabalho final com os alunos, para isso, dividimos a turma em quatro grupos com cada um de nós como orientador para melhor organização. A turma de 18 alunos foi dividida em três grupos de quatro alunos e um grupo com seis alunos, para comportar os 4 mediadores das oficinas, que agiram como orientadores na produção dos produtos finais. Nos laboratórios, os grupos começaram a esboçar seu trabalho e discutir ideias com seu orientador. No quarto encontro ocorreram as apresentações dos trabalhos que foram finalizados por cada grupo durante a semana, com orientação à distância caso fosse necessário.

Para a realização dos trabalhos, os grupos utilizaram ferramentas com as quais já estavam familiarizados, como o software Illustrator e o programa de design online Canva. A partir das artes criadas, dois dos quatro grupos criaram materiais impressos através da Gráfica do IFSul, como forma de permitir a interação direta da comunidade acadêmica com o conteúdo produzido – potencializando a proposta do presente trabalho.

Para a comunicação adicional e para sanar possíveis dúvidas apresentadas pelos alunos, estabelecemos um grupo no aplicativo de mensagens WhatsApp; lá os estudantes/colaboradores puderam interagir conosco de forma mais informal e contínua, além de acertar detalhes como organização interna dos grupos.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

A atividade descrita no segundo encontro se provou muito proveitosa, no sentido de que precisávamos de um ponto de partida para o início da produção dos produtos finais. O ato de se deslocar e colocar em palavras o que concluíram da apresentação dos conceitos trouxe as primeiras conclusões. Posteriormente esse primeiro material produzido foi usado como base para as outras produções.

Durante a produção inicial, houve dificuldade de encontrar referências e diretrizes sobre o uso de Inteligência Artificial no design, o que é também comum no jornalismo. Isso despertou uma curiosidade nos alunos e, de certa forma, indignação com o presente em que vivem e com o possível futuro de sua profissão. Mesmo que discordem entre si de alguns pontos e visões éticas do dia

a dia e da profissão com a IA, os alunos concordam que deveria haver diretrizes e regras sobre seu uso, o que traria, assim, uma maior clareza.

Cada grupo de alunos produziu um produto diferente, sendo: 1) dois fôlders informativos, um com delimitações de uso das tecnologias de IA no exercício do design e outro com informações sobre o combate a produção de deepfakes; 2) dois produtos interativos, uma série de stories de *Instagram* com mecanismos de pergunta e resposta e conteúdos informativos, e um cartaz que testava a habilidade dos espectadores de deduzir quais imagens haviam sido produzidas com IA. Essa variedade de produções e assuntos mostra um envolvimento amplo dos alunos com a proposta do projeto e uma intencionalidade na hora de escolher seus objetivos.

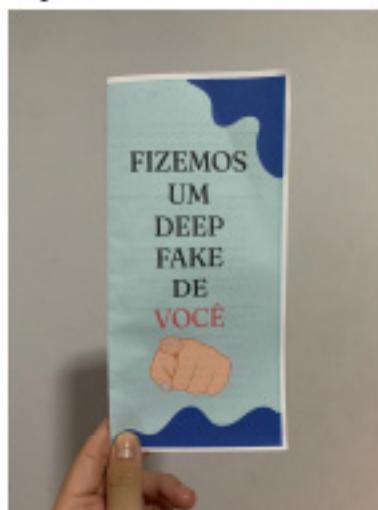


Figura 1: fôlder



Figura 2: apresentação dos alunos

Podemos destacar a participação positiva da professora da turma, que acompanhou as aulas e trouxe boas adições ao projeto. Além disso, o trabalho seguirá como uma produção acadêmica entre nós, os alunos que desenvolvem o projeto, e a professora, resultando em uma colaboração entre duas instituições federais de ensino.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

A elaboração e execução do projeto Inteligência Artificial no Mundo Profissional com os alunos do sexto semestre do Curso Técnico em Design Gráfico do IFSul de Pelotas trouxe à tona discussões necessárias para futuros profissionais da área do design frente às mudanças que as novas tecnologias de inteligência artificial têm trazido ao ofício.

A exposição de dados sobre a questão, bem como a maneira como outras profissões (nesse caso, o jornalismo) estão lidando com essa expansão de ferramentas, ampliou os limites do debate, trazendo novas ideias e problemáticas aos alunos. A proposta se mostrou eficaz ao englobar teoria, debate e prática, resultando em um ponto de acordo comum entre os discentes: a urgência de diretrizes sobre o uso de IA no exercício do Design.

As diferentes abordagens adotadas pelos grupos demonstram o potencial criativo e analítico dos estudantes frente aos desafios trazidos pelas novas tecnologias. A experiência também revelou pontos relevantes para futuras investigações acadêmicas sobre o tema, indicando caminhos possíveis para o desenvolvimento de políticas educacionais e profissionais mais conscientes diante

do avanço da IA. Dentre essas produções, também se abriu espaço para o debate sobre a criação de diretrizes próprias da instituição quanto ao tema.

O material proposto foi amplamente divulgado entre a comunidade de estudantes de Design do IFSul Pelotas, acendendo o debate não somente com a turma, mas também com outros estudantes. Essa divulgação também serviu para democratizar o conteúdo informacional produzido pelos estudantes, bem como suas próprias opiniões sobre o assunto.

Vale ressaltar também a importância da colaboração entre as duas instituições e áreas de conhecimento. A parceria entre a UFPEL e o IFSul de Pelotas, por meio do diálogo entre os campos do Design Gráfico e da Educomunicação, possibilitou uma abordagem interdisciplinar capaz de promover reflexão crítica sobre o uso da Inteligência Artificial em contextos criativos e profissionais. Essa troca foi enriquecedora para a formação tanto dos alunos do curso técnico quanto dos estudantes de Jornalismo envolvidos na mediação da oficina, fortalecendo o papel da extensão universitária como espaço de integração e inovação.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGOSTINI, Nilo. Conscientização e Educação: ação e reflexão que transformam o mundo. *Pro-Posições*, Campinas, v. 29, n. 3 (88), p. 187-206, set./dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1980-6248-2015-0105>. Disponível em: SciELO Brasil - Conscientização e Educação: ação e reflexão que transformam o mundo Conscientização e Educação: ação e reflexão que transformam o mundo Acesso em: 4 ago. 2025.

OLIVEIRA, M. V. M.; CURTIS, M. C. G. Por um design mais social: conceitos introdutórios. *Revista D.: Design, Educação, Sociedade e Sustentabilidade*, Porto Alegre, v. 10, n. 1, 2036, 2018. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/172835/001058743.pdf> Acesso em: 4 ago. 2025.

SANTAELLA, Lucia; BRAGA, Alexandre. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA E OS DESCONCERTOS NO CONTEXTO ARTÍSTICO. *Revista GEMInIS*, [S. I.], v. 14, n. 3, p. 05–20, 2024. DOI: 10.14244/2179-1465.RG.2023v14i3p05-20. Disponível em: <https://revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/835>. Acesso em: 4 ago. 2025.

SAYAD, Alexandre Le Voci. Inteligência artificial e pensamento crítico: caminhos para a educação midiática. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2023. <https://www.palavraaberta.org.br/docs/01-Palavra-Aberta-A-inteligencia-artificial-DIGITAL.pdf> Acesso em: 4 ago. 2025.

TRIPP, Davi. Pesquisa-ação: uma introdução metodológica. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 31, n. 3, p. 443-466, set./dez. 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/3DkbXnqBQqyq5bV4TCL9NSH/?format=html#>. Acesso em: 4 ago. 2025.

## GUIA PARA SITE E MÍDIAS SOCIAIS DO CURSO DE GESTÃO PÚBLICA: APRIMORANDO RELAÇÕES ENTRE UNIVERSIDADE E COMUNIDADE

WESLEI DA SILVA LACERDA<sup>1</sup>; ALICE BLAAS<sup>2</sup>; BRENDA MANKE<sup>3</sup>; DIULI DOMINGUES<sup>4</sup>; GISELE FERREIRA<sup>5</sup>; CAROLINE CASALI<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – wesleilacerdaa@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – aliceblaas@outlook.com

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pelotas – mankebrenda8@gmail.com

<sup>4</sup> Universidade Federal de Pelotas – dominguessdiuli@gmail.com

<sup>5</sup> Universidade Federal de Pelotas – giseleferreirarsr@gmail.com

<sup>6</sup> Universidade Federal de Pelotas – carolcasali@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

O Curso de Gestão Pública da Universidade Federal de Pelotas tem o dever de observar as legislações vigentes e cumprir os princípios de transparência, publicidade e imparcialidade em seus processos de comunicação. Visando respeitar esses princípios e estabelecer parâmetros para a comunicação do Curso com seus públicos de interesse (estudantes, servidores e comunidade em geral), o projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública” desenvolveu o Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública<sup>1</sup> (Casali, 2025). Este trabalho apresenta as principais seções do Guia, com o objetivo de compartilhar como parâmetros para design, conteúdos e redação podem qualificar a comunicação da universidade com a comunidade e legitimar a instituição.

Para Henriques (2019), a comunicação na universidade pública deve agir em três dimensões: para a universidade como organização, para a universidade como comunidade e para a universidade como projeto. Em relação à universidade como organização, as práticas de comunicação contribuem para a publicização dos atos ao público interno e para a promoção da universidade junto a públicos externos.

Na dimensão da universidade como comunidade, a comunicação deve investir na integração de estudantes e servidores, promovendo seu pertencimento à comunidade universitária. Esse esforço é especialmente importante para instituições como a Universidade Federal de Pelotas, que se localiza em mais de 100 endereços, configurando um espraiamento que prejudica a integração de estudantes e servidores de diferentes *campi* em uma comunidade.

Por fim, a universidade como projeto exige que a comunicação da universidade pública contribua com um projeto de nação baseado na ciência e fundamentado em processos democráticos.

Considerando as dimensões propostas por Henriques (2019), justificam-se ações estratégicas para o diálogo dos cursos de graduação com seus públicos de interesse. Por isso, o Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública foi elaborado, com o intuito de estipular parâmetros para a comunicação do Curso e qualificar a relação da graduação com a comunidade regional.

### 2. METODOLOGIA

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/guia-para-site-e-midias-sociais-do-curso-de-gestao-publica/>.

O Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública foi elaborado a partir de ampla pesquisa, realizada entre 2024 e 2025, com a leitura da legislação vigente sobre comunicação na administração pública e com o estudo de guias e manuais de mídias sociais de instituições de ensino superior brasileiras.

O Guia foi pensado considerando a existência do site oficial do Curso de Gestão Pública, desde 2022, e a criação do perfil do Curso na mídia social Instagram, prevista para o segundo semestre de 2025. Sua construção visa conferir unidade de produção e divulgação de conteúdos e identidade ao Curso de Gestão Pública, com respeito aos princípios da comunicação pública.

Para isso, produtores de conteúdo e gestores do Curso encontram no Guia orientações sobre: a) Descrição das mídias do Curso; b) Responsabilidade sobre site e mídias sociais do Curso; c) Públicos de interesse do Curso; d) Relacionamento em mídias sociais do Curso; e) Periodicidade das publicações; f) Formatos das publicações; g) Conteúdos das publicações; h) Linguagem e acessibilidade nas publicações; e i) Direito de imagem.

O Guia foi elaborado por nove estudantes do projeto de extensão “Comunicação organizacional e comunicação pública para o Curso de Gestão Pública”, sob orientação da Profa. Dra. Caroline Casali. Depois, foi avaliado por estudantes da disciplina de Tópicos Avançados em Gestão Pública IX, que sugeriram complementações à sua redação. Consideradas essas sugestões, a minuta do Guia foi submetida ao Colegiado do Curso, que aprovou por unanimidade o material, em reunião realizada em 21 de agosto de 2025.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública (Casali, 2025) funda-se na premissa de que parâmetros de design, conteúdo e redação podem qualificar a comunicação da universidade com a comunidade e legitimar a universidade como organização, comunidade e projeto. Por isso, cada seção foi pensada em consideração aos princípios da comunicação pública e aos públicos de interesse do Curso de Gestão Pública.

As duas primeiras seções do Guia definem as mídias utilizadas pelo Curso no momento e as responsabilidades sobre sua gestão. Destaca-se a elaboração de objetivos bem definidos para cada mídia, considerando as características dos dispositivos e os públicos de interesse do Curso. O site oficial do Curso volta-se à memória institucional, a funcionalidades da vida acadêmica e a informações sobre o Curso. Já o perfil na mídia social Instagram tem o intuito de projetar o Curso para a comunidade em geral, divulgar eventos e conhecimentos produzidos a partir do Curso.

O Guia orienta que a comunicação via site e Instagram seja de responsabilidade da Coordenação do Curso, que pode contar com o apoio de equipes de projetos de ensino ou extensão na gestão de mídias. Ressalva-se, entretanto, que todas as publicações devem ser revisadas por um servidor do Curso. Essas definições importam, especialmente, para garantir a veracidade das informações divulgadas, a padronização da linguagem e o respeito às normas institucionais, ou seja, vão ao encontro da dimensão da universidade como organização.

A terceira seção do Guia, que versa sobre a gestão de relacionamento em mídias sociais, estabelece principalmente como devem se dar as interações do perfil do Curso com os usuários do Instagram. O Guia orienta que a página do

Curso não deve seguir perfis de pessoas físicas, empresas comerciais ou partidos políticos, sob o risco de privilegiar a promoção de indivíduos em detrimento do interesse público. Além disso, estipula regramento para a forma de responder a comentários, curtidas ou compartilhamentos. É importante destacar que a comunicação pública tem por princípio a impessoalidade. Por isso, o foco das postagens deve ser sempre a informação e não as pessoas envolvidas nela.

Em relação à periodicidade de atualização, a quarta seção do Guia recomenda a postagem de, ao menos, três publicações por semana, sendo uma delas relacionada a projetos de ensino, pesquisa e/ou extensão, outra sobre informações do Curso (editais, cursos, eventos, datas comemorativas, comunidade etc.) e uma terceira relacionada à memória institucional, que pode responder à hashtag TBT (*Throw Back Thursday*, em português “lembrança de quinta-feira”). Já para os stories, recomenda-se a publicação de, ao menos, uma postagem diária. Os stories podem ser utilizados para auxiliar na divulgação de posts do feed e de eventos de instituições parceiras. Dessa forma, o perfil do Curso consegue dialogar tanto com o público interno – com informes institucionais e anúncios de oportunidades – quanto com o público externo – pela divulgação científica e informações sobre a universidade.

Para a identidade do perfil do Curso no Instagram, o Guia também orienta sobre o conteúdo das publicações, recomendando, para publicações no feed, a divulgação de conteúdos informativos, didáticos e de relacionamento. Para os stories, orienta-se divulgar notícias, editais internos e externos, campanhas, eventos, cursos, avisos etc. O Guia observa, ainda, que publicações de teor administrativo ou sensível (como atas, resoluções, portarias, contratos, convênios e notas de falecimento ou pesar) sejam publicadas apenas no site do Curso. Em relação ao conteúdo, o Guia também orienta a não realizar qualquer menção a conteúdo comercial, político-partidário ou religioso e a checar todas as informações antes de publicá-las, evitando compartilhamento de informações falsas ou imprecisas. Esse regramento visa responder aos princípios da comunicação pública no que tange à garantia de impessoalidade e ao combate à desinformação (ABCPública, 2021).

Sobre a linguagem adotada nas publicações do site e do perfil do Curso no Instagram, o Guia observa as diretrizes do Projeto de Lei da Linguagem Simples (PL 4399/2021), a Política de Atendimento ao Usuário dos Serviços Públicos (Decreto nº 10.930/2022) e os Direitos do Usuário dos Serviços Públicos (Lei nº 13.460/2017), propondo o uso de linguagem simples, respeitosa, acessível e impessoal. Acerca da acessibilidade na comunicação, propõe que todas as postagens na mídia social Instagram sejam acompanhadas da descrição das imagens, que os vídeos sejam legendados e que a realização de lives seja condicionada à presença de intérpretes de Língua Brasileira de Sinais (Libras). Essa preocupação com a linguagem e com a acessibilidade vai ao encontro dos princípios de inclusão e pluralidade e de amplo acesso à informação na comunicação pública (ABCPública, 2021).

Em sua penúltima seção, o Guia versa sobre a identidade visual do perfil do Curso no Instagram, propondo tipografia, paleta de cores e layout para as publicações. Também estipula selos (marcações) para padronizar as postagens e garantir que os objetivos de divulgação científica e relacionamento com a sociedade sejam cumpridos. Foram propostos os selos: Ensino (disciplinas, projetos, atividades, visitas técnicas etc.); Pesquisa (conhecimento produzido); Extensão (relações com a sociedade); Eventos (cursos, palestras, seminários, formaturas etc.); Ingresso (editais de ingresso e reingresso, sisu, pave etc.);

Oportunidades (estágios, cursos ofertados por parceiros, disciplinas especiais etc.); #souGestãoPública (comunidade do Curso); #tbt (memória institucional); Assistência estudantil; e Resumo do mês (publicação com as principais realizações do Curso naquele mês, postada sempre em seu último dia).

Para finalizar, a última seção do Guia evidencia a necessidade de que todas as pessoas envolvidas com a gestão de mídias do Curso sejam treinadas para execução das orientações propostas. Observa, ainda, a importância de constante atualização do documento, em decorrência dos resultados de acesso e das interações com a comunidade. Portanto, o Guia demonstra a preocupação do Curso de Gestão Pública em estabelecer uma comunicação consonante aos princípios da comunicação pública (ABCPública, 2021) e que contribua com os objetivos da universidade como organização, comunidade e projeto.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O Guia para Site e Mídias Sociais do Curso de Gestão Pública é um documento com diretrizes para padronizar a comunicação do Curso em seu site e mídias sociais. Foi elaborado com a intenção de contribuir nas estratégias de comunicação do Curso e as diretrizes propostas permitem uma comunicação alinhada ao interesse público e com viés institucional.

Por isso, recomenda-se, a partir dessa experiência, a observação de diretrizes semelhantes por outros Cursos de Graduação que mantém presença digital. Observa-se, ainda, que o Guia não é um documento fechado; há necessidade de atualização periódica de sua redação, a depender dos resultados da divulgação nestas plataformas e da criação de perfis em outras mídias.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABCPÚBLICA - Associação Brasileira de Comunicação Pública. Princípios da Comunicação Pública. In: **Guia de Comunicação Pública**. Brasília: Associação Brasileira de Comunicação Pública, 2021. Disponível em: <https://abcpublica.org.br/biblioteca/principios-da-comunicacao-publica/>. Acesso em 26 ago. 2025.

CASALI, Caroline (org.). **Guia para atuação em site e mídias sociais do Curso de Gestão Pública**. Pelotas: [s.n.], 2025. Revisado e atualizado em agosto de 2025. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/gestaopublica/guia-para-site-e-mídias-sociais-do-curso-de-gestao-publica/>. Acesso em 26 ago. 2025.

HENRIQUES, Marcio Simeone. A comunicação da universidade em três dimensões institucionais. In: MUSSE, Christina Ferraz. **Comunicação e Universidade: reflexões críticas**. Curitiba: Appris, 2019. p.87-100.

## OFICINAS DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA NA ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL PROFESSORA SYLVIA MELLO

ADILSON CAMARGO PEREIRA<sup>1</sup>; SILVIA MEIRELLES LEITE<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – pereiracadilson31@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – silviameirelles@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem o objetivo de relatar o trabalho realizado com alunos da Escola Técnica Estadual Professora Sylvia Mello sobre os impactos da desinformação e a importância do jornalismo para a sociedade. Considerando que na atualidade as informações, nem sempre verdadeiras ou que não foram apuradas, chegam à população por meio dos smartphones, e são compartilhadas de forma rápida, disseminando desinformação e causando um caos a todos, é fundamental que os jovens saibam os perigos da desinformação na vida das pessoas. A Escola Sylvia Mello é onde realizei meus estudos antes de ingressar no ensino médio, fica localizada no bairro Fragata, em Pelotas, e hoje é uma instituição de tempo integral, modelo em que as atividades extracurriculares acontecem no turno inverso, com almoços inclusos à escola.

Segundo o Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo da UNESCO (POSETTI et al, 2019), a desinformação se baseia na capacidade em fabricar hipóteses para um determinado acontecimento, o que pode virar verdade aos olhos do público, trazendo efeitos irreversíveis para a sociedade. Uma das possibilidades de enfrentamento à desinformação é a Educação Midiática, através da qual busca-se orientar a população sobre as formas que uma falsa informação se apresenta para o público, muitas vezes baseada em fatos, mas com distorções que induz a sociedade acreditar em uma mentira.

### 2. METODOLOGIA

As atividades ocorreram entre os meses de outubro e novembro de 2024 e foram realizadas juntamente com a professora Dra. Silvia Meirelles Leite. Ao entrar em consenso com a escola, foi acertado uma oficina de 1h30 para um grupo entre 10 e 20 pessoas, no turno da tarde. Foram duas idas à escola. A primeira, com os alunos do 1º e 2º ano do ensino médio, uma turma bem dinâmica. Uma das professoras da escola que participou da atividade deu aula também para mim, fazendo estágio na época. Já a segunda turma era do 9º ano do ensino fundamental, um pouco menor, em torno de umas 10 pessoas. Também com bastante vontade e curiosos com o conteúdo da oficina. Momento muito proveitoso, pois pude rever antigos professores e amigos, além de trabalhar sobre a desinformação, algo bastante presente nos dias atuais, especialmente, entre adolescentes.

A oficina foi organizada em sete etapas: 1) dinâmica boato da celebridade; 2) características da notícia; 3) leitura e debate de uma notícia; 4) características da

desinformação; 5) análise de conteúdos desinformativos; 6) consequências da desinformação; 7) agências de checagem de fatos.

Na etapa 1, começamos pedindo para se dividirem em três grupos e para escolherem uma celebridade, que deveria ter o consentimento de todos. Demorou no início, mas foi escolhido o Michael Jackson na primeira turma e a Luísa Sonza na segunda. Cada grupo deveria inventar um boato de cada celebridade, depois trocarem os papéis e dizer como foi descoberto, por onde veio à tona e como a celebridade desmentiu o acontecimento, cada uma dessas fases trocadas em grupo para depois um representante de cada grupo ler a história final para todos. Histórias bem engraçadas e criativas, por sinal.

Na etapa 2, explicamos as características de uma notícia, que difere de um boato, pois a notícia precisa de uma apuração com bastante pesquisa e busca sempre a verdade como base, que está atribuída a alguém. Abordamos as características do Lead e exemplificamos com duas notícias de jornalismo independente.

Na etapa 3, acabamos dando uma notícia do G1 sobre o projeto de lei que visa a proibição do uso de smartphones nas escolas, para que cada um identificasse: a informação principal da notícia, quem publicou, a data da publicação e as fontes de informação citadas, características que também explicamos nos slides.

Na etapa 4, falamos sobre o conceito da desinformação, que são mentiras que tem o propósito de influenciar as pessoas causando pânico, em detrimento da verdade; que algumas são totalmente fabricadas e outras se aproveitam de um fato e dão outra ideia a ele, que surgiu no séc. XIX sobre uma suposta descoberta de vida na Lua, atribuindo a um astrônomo de renome e com o objetivo de venda de assinaturas de um jornal. Falamos também da indústria da desinformação, caracterizada pelo Viés de Confirmação.

Na etapa 5, mostramos um vídeo em que uma suposta pessoa falava que o Bill Gates havia colocado grafeno em barras de chocolate, pois aparecia um símbolo que identificava e que iria acabar com a humanidade. Perguntamos para a turma se era verdadeiro ou falso o conteúdo do vídeo e todos concordaram que seria falso. De fato, é falso pois o símbolo presente na embalagem é o da Cocoa Life, uma certificação que a fábrica é uma empresa amiga da natureza e não o boato alarmante que teria grafeno. Falamos de Deepfake, uma outra forma de desinformação que manipula as pessoas através da inteligência artificial, alterando a voz, os trejeitos que são perceptíveis detalhadamente. Demos o exemplo do cavalo caramelado em cima do telhado ilhado, símbolo da resistência frente às enchentes no Estado, onde há conteúdos diretamente gerados pela inteligência artificial(IA), como ondas na água - uma ideia impossível já que estava parada a água), o brilho exagerado, o cavalo sem sombra , tudo isso que são as falhas que podemos identificar e comparar com a real imagem; e um vídeo de deepfake sobre a suposta venda do Sistema Brasileiro de Televisão(SBT), onde a apresentadora Patrícia Abravanel fala que não irá acontecer tal boato, mexendo a boca para diferentes lados, o que não é normal, e sua voz computadorizada evidenciam que o vídeo não é real.

Figura 1: Alunos contam suas histórias compartilhadas



Fonte: Perfil do Instagram da Escola Sylvia Mello (@escolasylviamellopelotas)

Na etapa 6, apresentamos as consequências da desinformação as pessoas, como a de uma mulher que foi morta por linchamento após a população associar seu rosto com o de uma bruxa que violentava menores no interior de São Paulo; o crescimento do movimento antivacina, pois as vacinas que sempre salvaram vidas foram associadas ao surgimento de novas doenças, sem uma comprovação eficaz. Mentiras muitas vezes ditas por líderes, fazendo com que pessoas acreditassesem e validassem a questão, dando sequência a volta de doenças que eram extintas no País.

Na etapa 7, terminamos apresentando dicas para não cair nas fake news, como verificar o site e ver se ele é confiável, observar a URL, não ler apenas o título, que muitas vezes tem um conteúdo alarmante, as fontes confiáveis de informação para todos ficarem por dentro, como a Fato ou Fake, a agência Lupa e Aos Fatos que fazem a apuração da notícia e desmente muitos boatos, apresentando um conteúdo de fácil entendimento e verdadeiro. com novos exemplos de fake news, por exemplo, o áudio de um homem falando que havia encontrado um bebê boiando nas enchentes e pensou que fosse um boneco, e que o Brasil poderia ficar inabitável em 50 anos.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Por conta dessas atividades na escola Sylvia Mello, pude perceber o quanto foi útil para os jovens essa oportunidade de eles saberem mais sobre os efeitos da produção e divulgação de peças desinformativas. Durante a apresentação dos exemplos, um momento chamou a atenção: um áudio de um homem supostamente dizendo que um bebê havia sido encontrado boiando durante as enchentes de maio de 2024 no Rio Grande do Sul. Vários estudantes relataram ter recebido esse conteúdo e acreditado como sendo uma verdade. A informação do áudio é falsa e foi desmentida por agências de checagem. Para desmentir a informação, a Agência

Lupa consultou o corpo de bombeiros sobre isso, a instituição informou que não havia nenhum registro de um bebê encontrado nas condições narradas no áudio. Era mais uma informação falsa para atordoar as pessoas que já passavam em um momento crítico.

Diferenciar desinformação de conteúdos jornalísticos, para não divulgação em massa de conteúdo falso as demais pessoas, é um direito à população, visto os problemas gerados após uma mentira ser interpretada e compartilhada como verdade. Acredito que a oficina abriu outros horizontes sobre o jornalismo na vida dos estudantes

#### 4. CONSIDERAÇÕES

Ao final deste trabalho, foi bastante gratificante, pois pude retornar a escola, rever antigos amigos e professores, muitos até hoje presentes na minha vida. Os jovens são o estrato da população que mais acessa a internet em uma escala mundial, segundo a Pesquisa TIC Kids Online Brasil (COMITÊ GESTOR DA INTERNET, 2024). Essa vivência contribuiu para a formação de um jornalista atento às diversas formas de desinformação, que sabe identificar uma notícia falsa de uma verdadeira, um boato de uma notícia. Também pude me apropriar, na condição como tutor, do outro lado, ensinando para futuros profissionais a lidarem com informações falsas nos mais diversos lugares.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

POSETTI, J. et al. **Jornalismo, Fake News &Desinformação**: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. 7. ed. [S.I.]: UNESCO, 2019. p. 7-128. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 25 ago. 2025.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil: TIC Kids Online Brasil 2023**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2024. Disponível em: <[https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20241104103339/tic\\_kids\\_online\\_2023\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/20241104103339/tic_kids_online_2023_livro_eletronico.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2024.

## ARTEFATOS RECUPERADOS, MEMÓRIAS RECONTADAS: JORNALISMO, MEMÓRIA SOCIAL E ESCUTA SENSÍVEL APÓS A ENCHENTE EM PELOTAS

ENZZO LOPES RODRIGUES<sup>1</sup>; LARA NASI<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – enzzolp14@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – lara.nasi@ufpel.edu.br*

### 1. INTRODUÇÃO

Mais de um ano se passou desde as enchentes de maio de 2024 que assolaram mais de 400 municípios do Rio Grande do Sul. Pelotas foi uma das cidades afetadas, onde o canal São Gonçalo e a Lagoa dos Patos invadiram diversos bairros levando à perda de objetos de muitas pessoas. Em agosto do mesmo ano, nasceu o projeto de extensão ‘Artefatos Recuperados, Memórias Recontadas: Histórias de Pessoas Atingidas pela Enchente em Pelotas’, que atualmente se encontra em sua segunda fase. A iniciativa surgiu a partir das ações realizadas pelo projeto de extensão Reconstruindo Lares: Projeto de Extensão para a Manutenção de Eletrodomésticos em Famílias Afetadas por Enchentes em Pelotas, das Engenharias da UFPel.

O projeto das engenharias concentrou-se no conserto de eletrodomésticos danificados pelas enchentes, trabalho realizado por estudantes, docentes e técnicos de diversos cursos da área. Já a proposta do curso de Jornalismo foi dar visibilidade a esses serviços prestados pela universidade, ao mesmo tempo em que buscou resgatar as histórias das pessoas impactadas pela maior tragédia climática do estado, adotando uma abordagem sensível e utilizando o jornalismo como ferramenta de documentação e memória social.

Fabiana Moraes (2022) defende a importância do que chama de jornalismo de subjetividade — aquele que valoriza a perspectiva do jornalista — argumentando que essa subjetividade sempre esteve presente na prática jornalística, ainda que encoberta por um discurso centrado na técnica e na eficiência. Nesse sentido, a autora também defende que a pauta precisa ser vista como espaço de reflexão crítica, com potencial para provocar debates e desestabilizar o senso comum, e não apenas como ferramenta de rotina. Moraes (2022) argumenta que o jornalismo deve superar uma abordagem meramente objetiva e buscar engajamento ético e transformador da realidade. É dessa subjetividade que o projeto se apropria.

Isabel Travancas (2012) concebe a entrevista jornalística como uma interação social complexa, na qual jornalista e entrevistado são agentes estratégicos que constroem conjuntamente o discurso. Para Travancas, a entrevista não é um simples reflexo da realidade, mas um evento mediado pelo contexto sociocultural, pelas características do meio de comunicação e pelas dinâmicas de poder envolvidas. Com base nessa perspectiva, todas as entrevistas deste projeto foram realizadas todas as entrevistas foram realizadas nos locais de moradia das fontes, priorizando o conforto e o respeito à dinâmica relacional proposta pela autora.

Para levar a iniciativa ao espaço público, foram definidas duas estratégias principais de divulgação. A produção textual e fotográfica, publicada no site Em Pauta UFPel, que resulta da colaboração entre projetos de extensão do curso de Jornalismo. Já a parte visual complementar é destinada, em sua maior parte, às

mídias sociais como TikTok e Instagram, onde são utilizados conteúdos estáticos, como ilustrações, fotos e vídeos, adaptados ao estilo e linguagem específicos de cada plataforma.

## 2. METODOLOGIA

A metodologia da segunda fase do projeto teve início com reuniões preparatórias da equipe, nas quais foram discutidas ideias, possibilidades e modelos de trabalho que pudessem ser considerados relevantes tanto pelos alunos quanto pelos coordenadores. A partir dessas discussões, foram definidos os grupos de trabalho responsáveis por realizar as saídas de campo, apurar informações e produzir as reportagens. Curricularizado, o projeto foi ofertado como disciplina de Práticas Laboratoriais do curso de Jornalismo em 2025.

O projeto das Engenharias, vinculado à Universidade Federal de Pelotas, compartilhou com o "Artefatos Recuperados, Memórias Recontadas: Histórias de Pessoas Atingidas pela Enchente em Pelotas" uma lista de dados contendo informações de cidadãos que tiveram seus eletrodomésticos recuperados pelo projeto. Com esses dados em mãos, a coordenadora do projeto fez contato prévio com possíveis fontes, buscando identificar aquelas dispostas a conceder entrevista. Essa etapa foi fundamental para otimizar o tempo em campo e permitir a elaboração de um calendário de pautas mais eficiente e organizado.

Apesar do planejamento, nem todas as saídas de campo contaram com uma fonte definida previamente. Em diversas ocasiões, as equipes precisaram percorrer diferentes endereços para encontrar pessoas dispostas a compartilhar suas histórias.

A definição dos papéis dentro de cada equipe foi feita pelos próprios integrantes, com base em suas preferências individuais e áreas nas quais se sentiam mais à vontade para atuar. A formação dos grupos também considerou afinidades pessoais e a disponibilidade de datas de cada membro, o que favoreceu um ambiente colaborativo e produtivo. Ao todo, foram realizadas seis saídas de campo, resultando na produção de seis reportagens em profundidade. Outras estratégias de apuração foram adotadas, como receber uma fonte em local que ela indicou, que resultou numa crônica, e levantamento dos dados do projeto das Engenharias após a finalização do projeto, para reabrir a série de reportagens em 2025. No decorrer do semestre, foram publicados cinco materiais jornalístico, havendo ainda a previsão de três reportagens em profundidade no próximo semestre.

As entrevistas aconteceram nas residências das fontes, ambiente onde os entrevistados se sentiam mais confortáveis para compartilhar suas experiências. Esse cenário proporcionou um contato mais próximo entre os jornalistas e as vítimas da enchente, permitindo uma compreensão mais profunda da realidade vivida por essas pessoas. Além disso, o ambiente doméstico possibilitou o registro fotográfico dos eletrodomésticos recuperados pelo projeto das Engenharias, bem como da compreensão das dimensões da enchente no espaço doméstico, contribuindo para dar o ver o impacto do evento climático extremo nas vidas das famílias atingidas.

O processo de produção foi dividido entre os membros da equipe, respeitando as habilidades específicas de cada um nas áreas de fotografia, vídeo, texto, produção gráfica e ilustração. O contato com as fontes foi mantido mesmo após as entrevistas, com o objetivo de confirmar informações, esclarecer dúvidas

e garantir que o material final estivesse alinhado com os relatos colhidos. Essa continuidade no relacionamento fortaleceu o vínculo com as fontes.

A identidade visual das reportagens foi enriquecida com o apoio de uma estudante de Artes Visuais, responsável pelas ilustrações dos protagonistas das narrativas, e o trabalho de um estudante do Jornalismo que elaborou um manual visual para as produções do projeto e reorganizou a identidade visual do projeto em segunda fase, sem perder a relação com a identidade já construída. Essa colaboração garantiu uma padronização estética dos materiais e contribuiu para a criação de uma identidade visual marcante, que dialoga com a sensibilidade das histórias apresentadas.

Outro destaque metodológico foi a realização de uma oficina sobre jornalismo literário, promovida em julho de 2025 para os integrantes do projeto. Ministrada pelo professor Felipe Adam, do curso de Jornalismo da UFPel, a atividade abordou aspectos teóricos do gênero, apresentou métodos e perspectivas narrativas, e discutiu exemplos marcantes de reportagens literárias. A oficina foi essencial para qualificar ainda mais o olhar e a prática dos estudantes envolvidos.

### **3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS**

Partindo da concepção de Travancas (2012) sobre a entrevista como uma interação social complexa e mediada por contextos socioculturais, este projeto acadêmico foi estruturado para causar um impacto relevante tanto na comunidade, composta pelas famílias afetadas pela crise climática, quanto na formação dos estudantes participantes. Ao valorizar as experiências e histórias compartilhadas pelos indivíduos envolvidos, o processo contribui não apenas para a riqueza do conteúdo produzido, mas também para a integração entre diferentes cursos, semestres, interesses e conhecimentos diversos, respeitando as dinâmicas relacionais que permeiam essas interações.

O compartilhamento das histórias das pessoas afetadas pela crise climática assume um papel fundamental como memória social, preservando experiências que ilustram a profundidade e a magnitude dos impactos causados pela tragédia. Esse relato subjetivo não apenas resgata vozes muitas vezes silenciadas e que são afetadas por essas mudanças, mas também transforma a pauta em um espaço de reflexão crítica, trazendo para o centro do debate as pessoas que efetivamente sofrem as consequências desses eventos. O projeto se apropria dessa perspectiva para ir além da mera objetividade, indo de acordo com a perspectiva de Moraes (2022).

Além de preservar memórias e fomentar debates, o material produzido neste projeto reforça a importância da parceria entre a Universidade Federal de Pelotas e a comunidade pelotense, evidenciando como a escuta atenta e o compromisso com a realidade local podem criar impactos socialmente relevantes. Ao envolver os estudantes em uma prática jornalística comprometida com a escuta, a ética e a reflexão social, a iniciativa contribui diretamente para a formação de profissionais críticos, sensíveis às complexidades do mundo em que atuam e conscientes do papel fundamental que o jornalismo desempenha na construção de uma sociedade mais engajada e consciente.

### **4. CONSIDERAÇÕES**

A segunda fase do projeto Artefatos Recuperados, Memórias Recontadas aprofunda e amplia a proposta iniciada em 2024, consolidando uma prática jornalística que alia escuta sensível, memória social e responsabilidade ética. Ao retornar aos lares afetados pela maior tragédia climática do estado, o projeto reafirma o compromisso da Universidade Federal de Pelotas com a comunidade local e com a formação de estudantes preparados não apenas para o mercado, mas para uma atuação consciente e transformadora.

Mais do que reportar os efeitos de um desastre, o projeto possibilita vivências que colocam os estudantes frente a frente com as realidades sociais por vezes invisibilizadas, ensinando-os a reconhecer o valor contido em cada relato. As experiências compartilhadas pelas fontes se transformam em registros de memória coletiva, contribuindo para um jornalismo que documenta, denúncia e emociona.

Ao adotar o jornalismo de subjetividade proposto por Fabiane Moraes (2022) e a concepção relacional da entrevista de Isabel Travancas (2012), a prática extensionista realizada ao longo desta etapa fortaleceu a compreensão de que narrar histórias também é um ato político, ético e afetivo. As reportagens resultantes dessa escuta atenta funcionam como arquivos vivos de uma cidade afetada por esses desastres, mas também como espaços de resistência e reconstrução simbólica.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MORAES, Fabiana. **A pauta é uma arma de combate**: subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza. 1. ed. Porto Alegre: Arquipélago, 2022.
- MORAES, Fabiana. Para que serve um jornalismo de subjetividade?. In: MAROCCHI, Beatriz; ZAMIN, Angela; SILVA, Márcia Veiga da (org.). **Livro de repórter**: Autoralidade e crítica das práticas. Santa Maria: FACOS - UFSM, 2019. p. 411-433.
- TRAVANCAS, Isabel. A entrevista no jornalismo e na antropologia: pesquisando Jornalistas. In: MAROCCHI, Beatriz (org.). **Entrevista**: na prática jornalística e na pesquisa. Porto Alegre: Libretos, 2012. p. 15 - 29.

## USO DE MÉTODOS COMUNICATIVOS NA CUIDATIVA – CENTRO REGIONAL DE REFERÊNCIA EM CUIDADOS PALIATIVOS FAMED/UFPEL: RELATO DE BOLSISTA

ARTHUR SCHWAB VEIRAS<sup>1</sup>;  
JULIETA MARIA CARRICONDE FRIPP<sup>2</sup>;

<sup>1</sup>Universidadade Federal de Pelotas – [veirasarthur@gmail.com](mailto:veirasarthur@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [julietafripp@gmail.com](mailto:julietafripp@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca apresentar os feitos realizados pelo autor enquanto bolsista da Cuidativa – Centro Regional de Referência em Cuidados Paliativos FAMED/UFPel, projeto de extensão do curso de Medicina da Universidade Federal de Pelotas que tem como objetivo o tratamento em cuidados paliativos para pessoas com doenças crônicas e ameaçadoras à vida.

Enquanto estudante de Jornalismo, o trabalho foi realizado a partir da identificação como bolsista na área de comunicação e audiovisual da Cuidativa, abrangendo, principalmente, as redes sociais do projeto, a cobertura de eventos internos e externos e o relacionamento com a imprensa local, realizando um trabalho inicial de assessoria de imprensa.

### 2. METODOLOGIA

O trabalho foi realizado a partir dos conceitos iniciais de assessoria de imprensa, adquiridos na disciplina de assessoria de imprensa do curso de jornalismo da Universidade Federal de Pelotas, montada a partir da obra “Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia” de Jorge Duarte. Além dos conhecimentos básicos e iniciais de mídias sociais, cruciais para o entendimento e montagem de cronogramas para a organização das redes.

Para a criação inicial da campanha de arrecadação de verba para o Hospice da Cuidativa, é enfatizado o uso da Teoria da Comunicação Simétrica de Duas Vias, proposta por Grunig, que evidencia a necessidade da criação de um diálogo forte de confiança com a sociedade para realizar campanhas, sendo essa a melhor fonte de expansão da campanha feita por uma instituição pública.

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Como primeiro passo, foi realizada uma mudança nas redes sociais, enfatizando a necessidade de melhorar o engajamento das páginas, principalmente o *Instagram*, rede social mais ativa do projeto. Por isso, foi elaborado uma proposta de comunicação para ser compartilhada com os demais bolsistas que também tomariam conta das redes sociais, porém com menos informações na área, haja vista que faziam parte de outros cursos da instituição que não da comunicação.

Na ideia, foi proposta uma padronização de cores e elementos para o perfil, bem como uma nova forma de realizar as postagens, além da necessidade de criar um relacionamento com a imprensa local para veicular releases e outras atividades de assessoria de imprensa. Junto da proposição de mudança na comunicação, foi criado um primeiro planejamento para a campanha de arrecadação da verba

necessária para a finalização das obras do Hospice, hospital de cuidados paliativos ligado a Cuidativa, em construção há 10 anos.

Nos primeiros dias, a mudança nas redes sociais foi implantada, que segue padronizada até os dias de hoje. Junto das mudanças, um arquivo com todos os elementos, cores, fontes e forma de uso das redes sociais foi criado para ser compartilhado com quem também colabora na atualização das redes sociais.

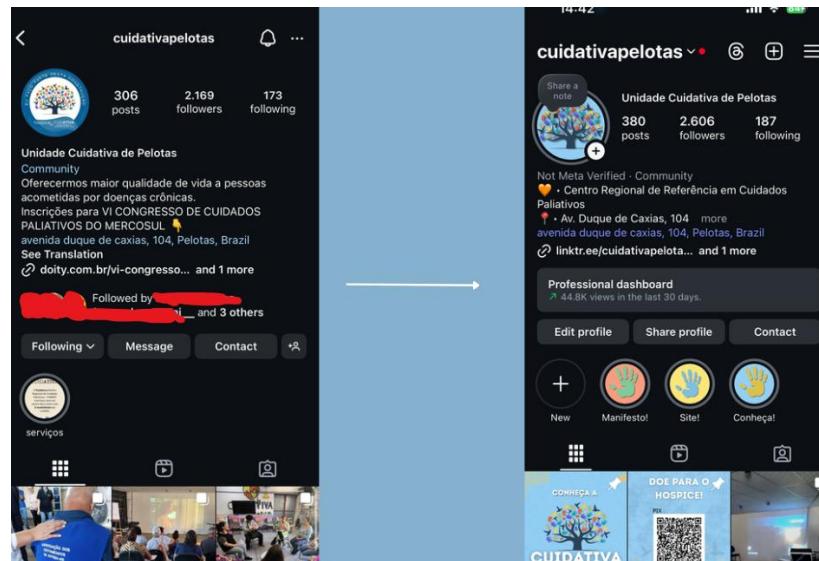


Figura 1 - Antes e depois do Instagram da Cuidativa.

Para os passos iniciais da campanha de arrecadação da verba para o Hospice, foram estipulados os seguintes objetivos, seguindo a Teoria da Comunicação Simétrica de Duas Vias, de James Grunig:

- Introdução digital do assunto, com vídeos educativos sobre o que é um Hospice e sua importância;
- criação de materiais impressos para distribuição;
- enviar releases para a imprensa sobre o assunto;
- chamar atenção do poder público.

Os presentes pontos iniciais foram pensados com a finalidade de criar confiança da comunidade, não usando de métodos persuasivos. Por se tratar de um hospital, que é de extrema importância para a população, a eficácia da campanha poderia ser vista a partir da construção de um relacionamento de confiança entre instituição e público (GRUNIG, 1992).

Além da construção dos métodos acima, o autor também foi responsável pela cobertura de eventos internos e externos que envolviam a Cuidativa, fazendo postagens nas redes sociais de forma simultânea e cobertura de cunho fotojornalístico, tirando fotos dos eventos realizados, a partir do conhecimento obtido nas aulas da disciplina de fotojornalismo do curso de Jornalismo da UFPel.

Um dos eventos cobertos foi a visita da deputada federal Maria do Rosário (PT-RS), que destinou uma emenda parlamentar de valor significativo para as obras do Hospice, fruto da campanha realizada durante o tempo de trabalho prestado.

Por fim, a atenção na área de assessoria de imprensa da Cuidativa gerou resultados, tendo diversas notícias e entrevistas veiculadas na imprensa local.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

O presente trabalho demonstrou a importância da comunicação, bem como dos métodos jornalísticos, na evidência e expansão dos cuidados paliativos e da Cuidativa, projeto de extensão da UFPel que é referência na área por todo o Brasil.

Os trabalhos enquanto assessoria de imprensa geraram resultados significativos, sendo veiculadas notícias e reportagens a nível regional e conteúdos coberto em nível nacional, a exemplo da entrevista dada pela coordenadora Julieta Fripp para a Rádio Câmara.

Ainda, o trabalho construído nas redes sociais demonstrou diferença, aumentando o engajamento em todas as mídias, ganho de seguidores e outras métricas ligadas as mídias.

Por fim, a campanha do Hospice, que ainda está em estágio inicial, já chamou a atenção de congressistas do estado e do país, recebendo emendas parlamentares e a visita de ministros do governo federal para conhecer o projeto.

Vale ressaltar que o trabalho continua com a manutenção dos métodos já implantados e, com novos conhecimentos adquiridos ao longo da experiência acadêmica, implantar novos meios de expandir a Cuidativa, bem como os cuidados paliativos para a sociedade pelotense.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DUARTE, J. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2003.

GRUNIG, J. E. **Excellence in Public Relations and Communication Management**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.