

TV AZULÃO 2020:

reflexões sobre a prática extensionista em cenário pandêmico

Breno Carvalho¹

Josenildo Soares Bezerra²

RESUMO

O artigo apresenta um relato de experiência decorrente da implementação do Projeto de Extensão TV Azulão na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) durante o contexto pandêmico, especificamente, a partir de julho de 2020. O objetivo do Projeto é produzir conteúdo para as redes digitais do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) – Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. A atividade extensionista considerou os pressupostos de branding para a elaboração de conteúdos para canais digitais, recorrendo às análises de Clotilde Perez (2004), Lucia Santaella (2017), Nancy Assad (2016) e Vicente Gosciola (2003). A proposta concebida defende o desenvolvimento da imagem da marca CCHLA e de suas realizações a partir do estabelecimento de uma identidade visual para suas redes sociais, associada à subsequente produção sistematizada e contínua de conteúdo para esses canais digitais.

Palavras-chave: ecossistema digital; redes sociais; produção de conteúdo.

“TV AZULÃO” 2020: considerations on the university outreach practices in a pandemic context

ABSTRACT

This paper presents an experience report resulting from the implementation of the “TV Azulão” Outreach Project at the Federal University of Rio Grande do Norte (UFRN, Brazil) in the Covid-19 pandemic context, specifically from July 2020 on. The Project goal is to produce content for the digital media of UFRN Center for Human Sciences, Letters and Arts (CCHLA) – Facebook, Twitter, Instagram and YouTube. The outreach activity drew on branding to develop content for digital channels by turning to analyses by Clotilde Perez (2004), Lucia Santaella (2017), Nancy Assad (2016) and Vicente Gosciola (2003). The resulting proposal argues for the development of the CCHLA brand image and its achievements by setting a visual identity for its social media associated with the subsequent systematic and continued content production for those digital channels.

Keywords: digital ecosystem; social media; content production.

¹ Professor do Departamento de Comunicação Social / UFRN

² Professor do Departamento de Comunicação Social / UFRN

TV AZULÃO 2020: reflexiones sobre la práctica extensionista en un escenario pandémico

RESUMEN

Este artículo presenta un informe de la experiencia resultante de la aplicación del Proyecto de Extensión de TV Azulão en la Universidade Federal de Rio Grande do Norte (UFRN) durante el contexto de la pandemia, concretamente a partir de julio de 2020. El objetivo del proyecto es producir contenido para las redes digitales del Centro de Humanidades, Artes y Letras (CCHLA) – Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. En la actividad extensionista se consideraron los supuestos de branding para la elaboración de contenidos para los canales digitales, utilizando los análisis de Clotilde Perez (2004), Lucia Santaella (2017), Nancy Assad (2016) y Vicente Gosciola (2003). La propuesta aboga por el desarrollo de la imagen de la marca y de los logros del CCHLA a partir del establecimiento de una identidad visual para sus redes sociales, asociada a la posterior producción sistemática y continua de contenidos para estos canales digitales.

Palabras clave: ecosistema digital; redes sociales; producción de contenidos.

1. EM QUE CONSISTE A PRÁTICA A SER RELATADA

O Projeto TV Azulão dedica-se à produção de conteúdo digital – vídeos, texto, fotos e artes gráficas – para alimentação das mídias sociais do Centro de Ciências Humanas Letras e Artes (CCHLA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), sendo elas Facebook, Twitter, Instagram e YouTube. As postagens, publicadas pela Assessoria de Imprensa do CCHLA, contemplam vídeos informativos, transmissão de palestras, cursos e workshops, além de notícias ligadas à UFRN.

A essência do TV Azulão é prestar serviço à comunidade interna e externa da UFRN, divulgando e dando projeção às atividades oferecidas pelo CCHLA e pela Universidade, como forma de dialogar diretamente com os cidadãos, prestar contas e difundir os diversos projetos de ensino, pesquisa e extensão promovidos pela UFRN.

Para tanto, torna-se necessária a prévia realização de inúmeras tarefas (ASSAD, 2016), a saber: a construção de um calendário de publicações para as redes digitais; a criação de material gráfico e textual; a roteirização de filmes e captação do conteúdo audiovisual, acompanhada da edição de áudio e vídeo; a pós-produção dos materiais captados, garantindo qualidade no conteúdo disponibilizado ao público; aproveitamento e adequação do material criado às especificidades técnicas de cada um dos canais. Esta estruturação é fundamental para a produção de um conteúdo digital que estimule a interação e o engajamento do público nas postagens através do envio de comentários e compartilhamento da mensagem, o que alimenta a produção de novas publicações.

Alinhada à natureza extensionista, o Projeto fortalece a relação transformadora entre a Universidade e a sociedade a partir da troca de saberes entre esses agentes (PROEX, 2015; BRASIL, 2017). Neste sentido, o TV Azulão apresenta os seguintes objetivos: (a) desenvolver técnicas de redação publicitária e produção de roteiro de audiovisual para veiculação no online; (b) apresentar formas de gerenciamento e produção de conteúdo para mídias sociais; (c) orientar os participantes sobre especificidades do meio digital e uso de redes sociais por organizações.

O desenvolvimento da prática de extensão permite o alinhamento entre a produção discursiva para a ciberpublicidade (GOSCIOLA, 2003; SANTAELLA, 2017), combinada aos valores institucionais e propósito de atuação do CCHLA. Tal

articulação tem o intuito de promover um processo de ensino-aprendizagem a alunos da graduação de Comunicação Social a partir de percepções empíricas, sendo executada com atenção e vigilância ao impacto da pandemia do novo coronavírus (OPAS, 2020), como será discutido a seguir.

2. CONTEXTO EM QUE OCORRE A AÇÃO

A pandemia da COVID-19 alterou a rotina dos indivíduos com o estabelecimento da condição de Emergência em Saúde Pública de importância nacional em decorrência da infecção humana pelo novo coronavírus (BRASIL, 2020d) e a, subsequente, implementação de medidas para seu enfrentamento (BRASIL, 2020a; BRASIL, 2020b).

A UFRN teve suas atividades presenciais suspensas em 17 de março de 2020 com a Portaria nº 452/2020-R (BRASIL, 2020c), a qual suspendeu aulas, eventos científicos e atividades de bolsistas entre outras determinações (SILVA, 2020). Tal medida afetou o início da realização do TV Azulão. Após a etapa de seleção de bolsistas, as atividades começaram em julho de 2020 por meio de encontros regulares remotos, via plataforma Google Meet, e seguem em curso.

O contexto pandêmico reforçou a presença, o consumo e a interação com os meios de comunicação, conferindo novos contornos para as plataformas digitais alçadas à condição de mediadoras indispensáveis para o exercício de sociabilidade dos indivíduos (SCHWARCZ, 2020; BEIGUELMAN, 2020), hábeis na forma de impactar como os sujeitos consomem e trocam informações e experiências.

Ao transitar pelo universo online, o sujeito confronta-se com a disposição de conteúdos em sites ou redes sociais que refletem as premissas de comunicação de empresas e anunciantes, interessadas na produção de um discurso atrativo, particularizado e capaz de transmitir significações (MCCRACKEN, 2007) aos diferentes perfis de audiência. Este é o cerne da ciberpublicidade.

É possível reconhecer, desde então, como esses canais digitais encontram-se revestidos por camadas constitutivas de sentido cultural e computacional (MANOVICH, 2006). O suposto “livre trânsito virtual” do indivíduo confronta-se com a disposição de informações a partir de uma curadoria informatizada, implementada por protocolos de informática – a chamada “personalização da experiência da navegação” (BEZERRA, 2017). Assim, esse direcionamento da produção de conteúdo na publicidade digital demanda às organizações a consistência em seu discurso de marca e o estabelecimento de critérios de segmentação para o diálogo assertivo com o público (ASSAD, 2016; SANTAELLA, 2017).

Reconhecida a interface entre o contexto digital e pandêmico, o Projeto TV Azulão identifica seu maior desafio: o de natureza metodológica. Ou seja, responder à prática da experiência de trabalho remota, sendo capaz de produzir conteúdo digital para as distintas redes sociais do CCHLA.

3. PARTICIPANTES DA AÇÃO RELATADA

O Projeto de Extensão TV Azulão insere-se na área temática de “Comunicação”, conforme a Resolução nº 077/2017 - CONSEPE (BRASIL, 2017). A ação demanda dos bolsistas participantes o conhecimento em temáticas relacionadas à dinâmica de redes sociais; redação para interfaces digitais; elaboração de artes gráficas e produção audiovisual. Para o desenvolvimento destas atividades, o Projeto contabiliza seis participantes, sendo cinco bolsistas (quatro discentes de Publicidade e Propaganda; um de Audiovisual) e um voluntário (Publicidade e Propaganda).

O enfrentamento dos desafios impostos pelo formato remoto de condução

do Projeto reiteram a experiência fortalecedora para os discentes participantes, os quais – ainda assim – podem vivenciar ações práticas em suas áreas de formação, de forma a complementar e enriquecer o repertório teórico obtido em sala de aula em diálogo com princípios da produção publicitária digital.

4. METODOLOGIA

O aporte metodológico para a execução do Projeto apoia-se no levantamento do estado da arte e revisão bibliográfica sobre os seguintes temas: redes sociais (JENKINS, 2009; KOTLER, KARTAJAYA, SETIAWAN, 2017); produção de conteúdo para ambiente digital (PEREZ, 2004; ASSAD, 2016; SANTAELLA, 2017) e elaboração de roteiro de audiovisual (GOSCIOLA, 2003).

Considerando as especificidades da experiência de ensino remoto em 2020, o desenvolvimento da prática extensionista TV Azulão emprega uma autoaprendizagem através de metodologia ativa (DIESEL, BALDES e MARTINS, 2017) na qual os coordenadores do projeto assumem o papel de facilitadores e orientadores. Durante os momentos expositivos e dialógicos sobre conteúdos teóricos e práticos, os participantes demonstram seu processo de produção de conhecimento a partir do investimento pessoal em ações de pesquisa, reflexão e análise.

5. RESULTADOS ALCANÇADOS

O Projeto TV Azulão já possui resultados alcançados, apesar da continuidade de sua execução até dezembro de 2020. São eles:

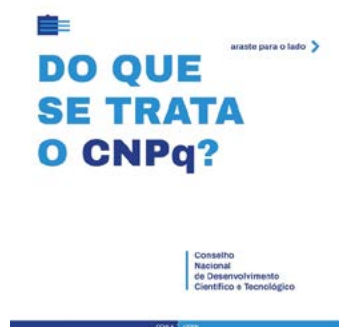
a. Atividade I: renovação da identidade visual para as redes sociais do CCHLA

Figura 1: Identidade visual para redes sociais do CCHLA – Arte 1



Fonte: Material criado pelos participantes da extensão.

Figura 2: Identidade visual para redes sociais do CCHLA – Arte 1



Fonte: Material criado pelos participantes da extensão.

As duas artes reproduzidas apresentam variações da identidade visual que será utilizada em algumas das postagens feitas nas redes sociais do CCHLA (Facebook, Twitter e Instagram). A padronização é estratégica para facilitar a produção de conteúdos digitais para esses canais quando necessário, embora não se constitua como um molde determinante e engessador para eventuais publicações de materiais criados por outros setores do CCHLA, como a própria Administração; Departamentos Acadêmicos e Laboratórios de Pesquisa; Unidades Suplementares e Unidade Acadêmica Especializada.

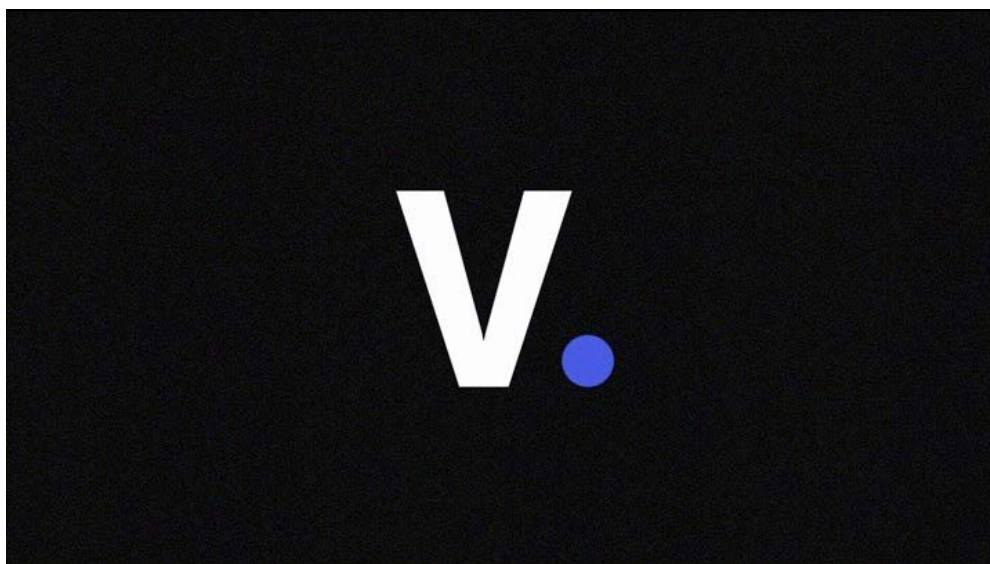
b. Atividade II: criação de identidade visual para projeto institucional do CCHLA

Figura 3: Identidade visual de projeto institucional do CCHLA – Arte 1



Fonte: Material criado pelos participantes da extensão.

Figura 4: Identidade visual de projeto institucional do CCHLA – Arte 2



Fonte: Material criado pelos participantes da extensão.

Figura 5: Identidade visual de projeto institucional do CCHLA – Defesa do conceito

Fonte: Material criado pelos participantes da extensão.

Orientados a criar uma proposta visual para o Projeto Visibilidade (CLEDNA, 2020), os próprios participantes recorrem a referenciais estéticos alusivos à noção de projeção e difusão de conhecimento. Este foi o ponto de partida para manejar a linguagem cinematográfica como recurso imagético, explicitada na defesa integrante da apresentação da proposta feita à Direção do CCHLA (Figura 5).

6. O QUE SE APRENDEU COM A EXPERIÊNCIA

A experiência vivenciada com o Projeto TV Azulão, com ênfase no processo de ensino-aprendizagem de temas cadentes para a ciberpublicidade contemporânea, como produção de conteúdo para mídias sociais e redação para audiovisual em plataformas digitais mostra-se enriquecedora, inclusive, para seus coordenadores.

A presença de participantes “nativos digitais” (PRENSKY, 2001) facilita o manejo das tecnologias de informação e comunicação. Mais do que uma habilidade técnica, identifica-se por parte dos discentes um interesse em dominar o ferramental disponível e capacidade em acompanhar as renovações de linguagem que o âmbito digital apresenta regularmente.

Assim, ao serem convocados a (a) compreender as características do universo online e as formas de manejo de redes sociais por organizações privadas e públicas; (b) reconhecer as formas de gerenciamento e produção de conteúdo para mídias sociais; (c) elaborar diferentes propostas escritas para a produção audiovisual digital entre outras atividades, os participantes do Projeto demonstram uma “navegabilidade facilitada” acerca destas atribuições, uma vez que seus “sentidos culturais” (MANOVICH, 2006) já dominam fluentemente o idioma manifesto pelas mídias digitais.

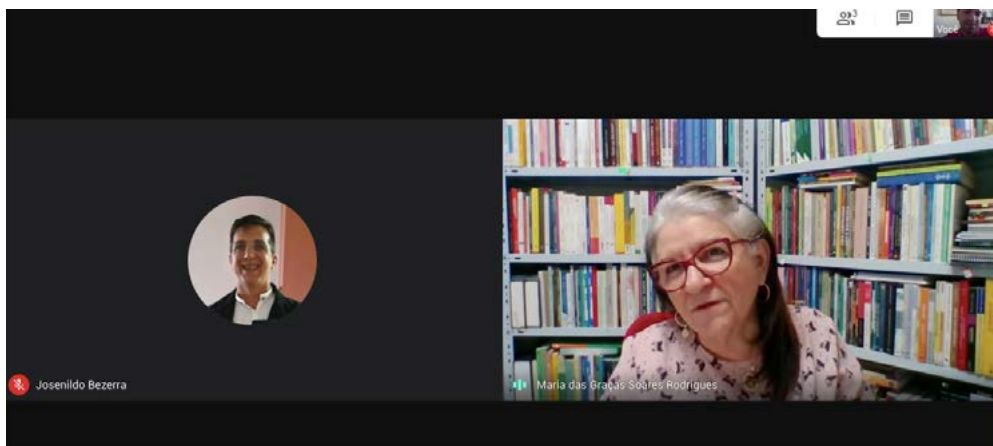
As imagens seguintes auxiliam nesse entendimento ao ilustrarem as reuniões virtuais de trabalho (Figura 6 e Figura 7) e reproduzirem o painel de gerenciamento da plataforma Trello (Figura 8), controlada e monitorada pelos próprios participantes.

Figura 6: Reunião de trabalho com os participantes do TV Azulão



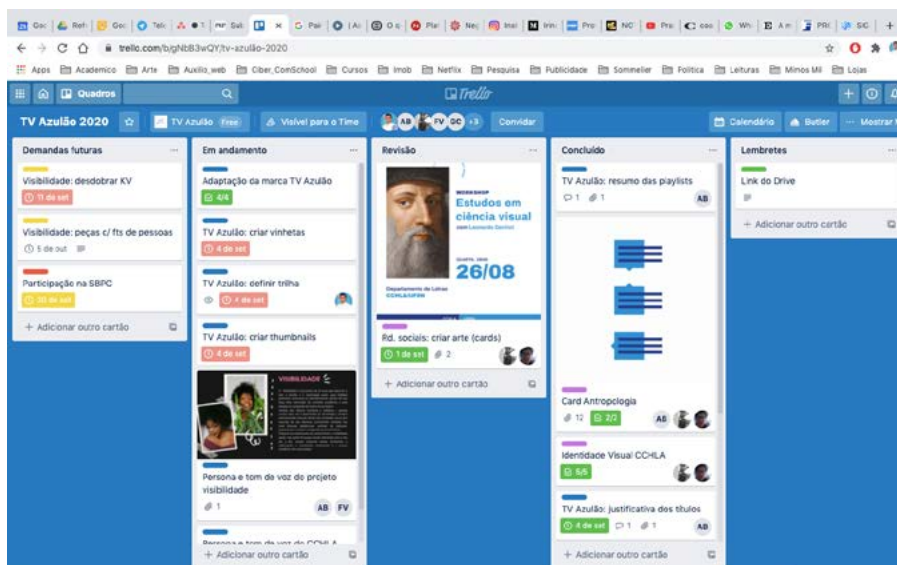
Fonte: Captura de tela do Google Meet.

Figura 7: Reunião de trabalho com a direção do CCHLA



Fonte: Captura de tela do Google Meet.

Figura 8: Reunião de trabalho com a direção do CCHLA



Fonte: Captura de tela do Trello.

Neste contexto, o TV Azulão promove junto aos participantes o desenvolvimento de atividades práticas relacionadas à sua área de formação, além de provocar uma reflexão mais aprofundada sobre o processo de ensino-aprendizagem a partir do estabelecimento de conquistas individuais e coletivas, superados os desafios vivenciados em sua jornada diária de produção de conteúdo para o ambiente digital – principalmente, em cenário pandêmico.

7. RELAÇÃO DA PRÁTICA COM OS CONCEITOS DE EXTENSÃO

O TV Azulão visa produzir um conhecimento científico inovador, interessado em articular noções da atualidade com a relevância científica. A perspectiva organizacional da produção de conteúdos digitais para redes sociais de uma instituição acadêmica é articulada em sinergia com a abordagem acadêmica, especificamente, no que esta pode promover em relação à construção de novas ordens de saber e no desenvolvimento de processos de ensino-aprendizagem originais e inspiradores, como presume a PROEX (2015) ao caracterizar a prática extensionista: “provocar as transformações no contexto social de modo a contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população, a justiça social, a inclusão, a defesa do meio ambiente, dentre outras em direção ao desenvolvimento social”.

Neste sentido, o TV Azulão consiste em um desdobramento deste propósito ao defender a difusão e disseminação sobre as produções científicas do CCHLA e da UFRN, em consonância à promoção de uma educação de qualidade, conforme um dos indicativos dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) (RIGHETTI, 2019).

Este alinhamento aproxima a UFRN dos novos parâmetros de avaliação, lançados em abril de 2019 (RIGHETTI, 2019), apontados pelo Times Higher Education (THE), grupo britânico que produz um ranking tradicional de universidades desde 2004, como forma de estabelecer um “ranking de impacto das universidades” que possa, enfim, responder à seguinte reflexão: boas universidades são aquelas com intensa produção científica ou são instituições que contribuem para um mundo melhor? Certamente, o contexto pandêmico de 2020 auxilia na elaboração de uma resposta.

8. REFERÊNCIAS

ASSAD, Nancy. **Marketing de conteúdo**. São Paulo: Atlas, 2016.

BEIGUELMAN, Giselle. **Coronavida: pandemia, cidade e cultura urbana**. São Paulo: ECidade, 2020.

BEZERRA, Arthur Coelho. Vigilância e cultura algorítmica no novo regime global de mediação da informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 22, n. 4, Belo Horizonte, p.68-81, out. / dez. 2017.

BRASIL. **Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020a**. Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Lei nº13.979, de 06 de fevereiro de 2020b**. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Lei/L13979.htm. Acesso

em: 20 set. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. **Boletim de Serviço Extraordinário nº53, de 17 de março de 2020c**. Disponível em: <https://www.progesp.ufrn.br/storage/documentos/VZELIqq9lUQEZAwod-tPH5SvgKbF1cUL9OilDjZII.pdf>. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. Ministério da Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. **Resolução nº077/2017-CONSEPE**. Dispõe sobre as modalidades e ações de extensão universitária na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Disponível em: <http://www.proex.ufrn.br/documentos/documento?id=161847549>. Acesso em: 20 set. 2020.

BRASIL. **Portaria nº 188, 03 de fevereiro de 2020d**. Declara Emergência em Saúde Pública de importância Nacional (ESPIN) em decorrência da Infecção Humana pelo novo Coronavírus (2019-nCoV). Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-188-de-3-de-fevereiro-de-2020-241408388>. Acesso em: 20 set. 2020.

CLEDNA. Projeto divulga trabalhos desenvolvidos nos setores do CCHLA. Notícias, Agecom. **UFRN**, Natal, 05 de março de 2020. Disponível em: <https://ufrn.br/imprensa/noticias/33840/projeto-divulga-trabalhos-desenvolvidos-nos-setores-do-cchla>. Acesso em: 20 set. 2020.

COVALESKI, Rogério L.; SIQUEIRA, Olga A. S. Conteúdo de marca audiovisual e regimes interacionais: reflexões sobre o engajamento digital do consumidor. **Intercom**, São Paulo, v. 40, n. 2, mai./ago., 2017.

DIESEL, Aline; BALDES, S. L. Alda; MARTINS, N. Silvana. **Os princípios das metodologias ativas de ensino: uma abordagem teórica**. Revista Thema. v. 14, n. 1, p. 268-288, 2017. Disponível em: <http://revistathema.ifsul.edu.br/index.php/thema/article/viewFile/404/295>. Acesso em: 07 set. 2020.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para novas mídias – do game à TV interativa**. São Paulo: SENAC, 2003.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

McCRACKEN, Grant. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE Clássicos – Revista de Administração de Empresas Executivo**, São Paulo, v. 46, n. 1, p. 99-115, jan./mar. 2007.

OPAS Brasil. **Covid-19**. Brasil, 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 30 set. 2020.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. **On the Horizon**, MCB Uni-

versity Press, v. 9, n. 5, out. 2001. Disponível em: <https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2014.

PROEX – Pró-Reitoria de Extensão. Ações de extensão. **UFRN**, Natal, 2015. Disponível em: http://www.proex.ufrn.br/acoes-extensao/apr_acao. Acesso em: 20 set. 2020.

RIGHETTI, Sabine. ODS aplicados à avaliação educacional reacendem debate: afinal, o que é uma boa universidade? **ComCiência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**. Dossiê 208, 09 jun. 2019. Disponível em: <http://www.comciencia.br/ods-aplicados-avaliacao-educacional-reacendem-debate-afinal-o-que-e-uma-bona-universidade/>. Acesso em: 27 de janeiro de 2020.

SANTAELLA, Lucia; MASSAROLO, João; NESTERIUK, Sergio (Orgs.). **Desafios da transmídia: processos e poéticas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Redação publicitária digital**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Quando acaba o século XX**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

SILVA, Williane. UFRN estabelece medidas acadêmicas e administrativas relativas ao coronavírus. Notícias, Ascom-Reitoria. **UFRN**, Natal, 18 de março de 2020. Disponível em: <https://ufrn.br/imprensa/noticias/34289/ufrn-estabelece-medidas-academicas-e-administrativas-relativas-ao-coronavirus>. Acesso em: 20 set. 2020.