

DESAFIO PRÉ-UNIVERSITÁRIO E A DIVULGAÇÃO DE AULAS EM TEMPOS DE ENSINO REMOTO

SAMARA DE DEUS FABRIS¹; ANA JULIA TESCHNER CARRARA²; BEATRIZ
FRANTZ ALVES³; NORIS MARA P. M. LEAL⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – samarafabris25@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – anajuliatcarrara@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – bfrantzalves@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – norismara@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho é um relato de experiência sobre a divulgação nas redes sociais de aulas remotas, do Desafio Pré-Universitário Popular. Um projeto estratégico da Pró-reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Pelotas. O curso que funciona desde 1993 na cidade de Pelotas, interior do Rio Grande do Sul. Devido a pandemia de Covid-19, necessitou modificar sua maneira de receber alunos, assim como, a oferta das aulas pela suspensão das atividades presenciais, respeitando o isolamento social.

As aulas passaram a ser remotas e sem uma turma fechada, como é característica do curso. Assim, surgiu a necessidade de despertar a curiosidade dos educandos para cada aula, semanalmente. O recurso que melhor atendeu as essas necessidades foi a divulgação por meio das redes sociais. A forma escolhida para atrair os alunos para as aulas e reforçar alguns conteúdos, utilizando humor como recurso, foi a utilização de *memes*. Que auxiliam na divulgação das disciplinas. Conforme Frascara (1989), os profissionais da comunicação visual têm a obrigação de se preocuparem, não só com a forma de se comunicarem, mas também com o conteúdo a ser comunicado. Esses profissionais têm o direito de utilizar seu conhecimento atuando em áreas relevantes para o público a ser atingido. Desse modo, optamos por usar polos de humor entre os educandos para disseminar nossos avisos. Fazendo uso das mídias digitais no auxílio da divulgação e apresentação do projeto. Tanto na divulgação das aulas ou na apresentação dos conteúdos, com intuito de tornar o material mais divertido e leve para os educandos.

2. METODOLOGIA

Nesse trabalho foi utilizado o método exploratório, levando em conta que a plataforma está no semestre inicial de aplicação, onde os dados ainda estão em fase de levantamento. Buscamos definir algumas hipóteses recorrendo a pesquisa bibliográfica, fazendo uso da literatura já existente no que tange ao tema. Assim a metodologia utilizada, teve caráter qualitativo, objetivando o levantamento de informações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A seleção de alunos para o curso do Desafio Pré-Universitário é feita ordinariamente duas vezes ao ano. A primeira seleção é feita em fevereiro para a turma de Extensivo e uma segunda no meio do ano para o Intensivo. Com a suspensão das atividades presenciais, o projeto optou por não fazer seleção e ofertar aulas remotas, abertas para todos aqueles que quisessem acompanhá-las. As aulas remotas iniciaram dia 13 de maio de 2020, acontecendo na plataforma *webconf* UFPel. Foi estabelecida uma grade de horários com uma hora/aula para cada disciplina. As aulas acontecem de segunda a sexta-feira, das 18H às 21H30, com intervalo de 15min. entre elas.

O Desafio Pré-Universitário está dividido por áreas, cada área tem até três coordenadoras/es e quantas/os colaboradoras/es forem necessários para cumprir as atividades. As/os coordenadoras/es ficam encarregadas/os de enviar para Comissão de Comunicação e Divulgação (COD) o tema da aula com sugestões para divulgação. As/os coordenadoras/es entram em contato com os/as/os colaboradoras/es responsáveis pela aula e os mesmos enviam a temática com recomendações que são enviadas para a COD.

As publicações são feitas em três redes sociais: Twitter, Facebook e Instagram. Para a criação das mesmas, depende das áreas enviarem o tema da aula e sugestões. O número de publicações não possui uma uniformidade semanal, pois depende do andamento das aulas de cada área. Em média, são 12 publicações semanais.

A divulgação das aulas tornou-se um meio das áreas despertarem o interesse dos educandos através dos temas da aula, que em sua maioria utiliza como artifício os *memes*, pois é uma linguagem jovial, humorística e também de fácil compreensão/entendimento. O redator da Rock Content explica com maior profundidade a origem do termo em:

O termo 'meme' foi cunhado pela primeira vez na década de 70 pelo cientista Richard Dawkins em seu livro chamado "O Gene Egoísta" (*The Selfish Gene*). Nele, o cientista explica que o meme é uma ideia ou informação que vai se propagando e se multiplicando entre os indivíduos, similarmente ao que ocorre com o gene na genética. Da mesma forma que os genes vão se propagando pelos nossos antepassados até chegarem a nós, os memes vão passando de pessoa para pessoa em um contexto social, se transformando e formando o que conhecemos como memória. Então o meme existe antes da internet? Sim! Ele começou a ficar mais conhecido pela forma atual como é usado nas redes sociais no final da década de 90, por meio de um *weblog* que permitia que usuários postassem links que gostassem e depois compartilhassem com outras pessoas na rede. (Como utilizar os memes na sua estratégia de Marketing Digital, **Rock Content**, 2016, Disponível em:<<https://rockcontent.com/br/blog/melhores-memes>>)

Dessa forma, com a necessidade da divulgação nas *sociais mídias*, o design se tornou algo primordial para o intermédio entre o conteúdo das disciplinas e a forma gráfica como ele se expressa. Uma vez que o design é um mediador com a função de facilitar a informação, utilizamos da abordagem cômica, na maioria das postagens, para informar o conteúdo do dia. Para Dondis (1997, p.7), a experiência visual humana é "fundamental no aprendizado para que

possamos compreender o meio ambiente e reagir a ele (...)"'. É o que afirma Denis (2000), quando diz que o design é uma ferramenta que pode contribuir para a construção de um país e de um mundo melhor.

4. CONCLUSÕES

Neste período atípico, a solução encontrada para aderência das aulas que agora ocorre de modo remoto, foi a divulgação semanal de cada conteúdo. Podemos afirmar que a utilização de posts cômicos se destacou entre as demais. Trazendo maior engajamento por parte dos educandos, como *likes* e compartilhamentos nas redes sociais. Auxiliando no combate a defasagem de educandos, seja pela falta de informação sobre horários e temas das aulas que estão a ocorrer a distância ou então pela quantidade excessiva de posts semanais, um para cada aula do dia. Percebemos que a recepção do público do desafio foi satisfatória, trazendo inclusive novos educandos ao projeto.

O grupo concluiu que mesmo após o retorno presencial seria relevante manter o projeto de divulgação diário, devido ao poder de alcance e engajamento do projeto nas redes sociais.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. 2a ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FRASCARA, Jorge. **O papel social do design gráfico**. Revista Design & Interiores, São Paulo, Projeto Editores, ano 3, n. 17, p. 125-128, dez. 1989.

PADILHA, F. ; FACIOLI, L. **Sociologia Digital: apontamentos teórico-metodológicos para uma analítica das mídias digitais**. Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, Vol. 54, N. 3, p. 305-316, set/dez 2018.

Como utilizar os memes na sua estratégia de Marketing Digital. Rock Content, 2016. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/melhores-memes/>>. Acesso em: 19, Setembro de 2020.