



## UTILIDADE OU NECESSIDADE? – A RESSIGNIFICAÇÃO DA EXTENSÃO POR MEIO DAS REDES SOCIAIS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

JESSICA CRISTINA ALVES<sup>1</sup>; FELIPE FEHLBERG HERRMANN<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – jessicaalves9715@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – herrmann.ufpel@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

O exercício da extensão acadêmica se constitui principalmente por relações interpessoais, Segundo MENDONÇA e SILVA (2002), a finalidade dos projetos de extensão universitários é estender o processo educacional, cultural e científico de modo que mais informações sobre questões sociais sejam transmitidas à população. Contudo, devido ao isolamento social causado pela pandemia do COVID-19 estas relações tiveram seus laços afastados fazendo com que surgisse a necessidade de pensar em novas alternativas para restabelecer a conexão entre universidade e comunidade.

O projeto de extensão Programa de Desenvolvimento Social dos Municípios da Zona Sul trabalha com o objetivo de articular ações das oito áreas da extensão (educação, cultura, comunicação, trabalho e geração de renda, meio ambiente, saúde, direitos humanos e tecnologia) com ações de ensino e pesquisa desenvolvidos pela Universidade Federal de Pelotas, por meio da realização de atividades voltadas a atender as demandas dos municípios associados à Azonasul.

Estas atividades até então eram realizadas de forma presencial, mas por conta do isolamento social a realização destas se viu prejudicada uma vez que todas incluíam agrupamentos de pessoas e assim o projeto encontrou uma maneira de reestabelecer sua comunicação com a sociedade.

O objetivo deste trabalho é apresentar, por meio de um relato de experiência, o processo de renovação pelo qual o projeto vem passando, apresentando os diversos caminhos que foram abertos com a entrada deste no meio virtual, colocando em foco sua atuação nas mídias sociais

### 2. METODOLOGIA

Segundo KAPLAN e HAELEIN (2010) as mídias sociais podem ser caracterizadas como um grupo de aplicações baseadas na internet que se formam sob os alicerces ideológicos e tecnológicos da web, permitindo a criação e troca de conteúdos gerados pelo usuário, a rede social é a ramificação mais conhecida entre mídias sociais. As redes sociais são um dos veículos midiáticos mais populares da atualidade. Dentre as muitas redes existentes, o Facebook é a mais utilizada contando cerca de 1,71 bilhão de usuários ativos, o Instagram vem pouco depois, ocupando o quarto lugar e registrando mais de 500 milhões de usuários ativos por mês (ALTTON, 2016).

Pensando nisso o projeto buscou abranger o meio virtual de diversas maneiras, como a interação com o público por meio de video conferências e live. A rede social em específico foi utilizada como uma das ferramentas para o alcance da comunidade, assim foram criados para o projeto perfis no Facebook e Instagram.

Inicialmente foi identificada a necessidade de ser adotado outro formato de comunicação mais adequada ao espaço virtual, assim surgiram sua identidade visual fixa e simplificação do nome e o programa adentrou as redes como Desenvolvimento Social Zona Sul - UFPEL.

Para a introdução foi elaborado um *post* informando sobre o que o projeto se tratava, utilizando para este a linguagem informal, pronome neutro para maior abrangência de público e inserção de hashtags, já a divulgação ocorreu por meio do compartilhamento interno feito pelos próprios participantes e a utilização de uma técnica de seguidores que consiste em seguir perfis que se interessam na linha de atuação do projeto, atraindo o mesmo para a página.

As atividades, por sua vez, que antes eram aplicadas presencialmente passaram a incorporar um outro formato, se adequando às redes sociais por meio da utilização das ferramentas virtuais a seu favor, como a realização de eventos e promoção de lives.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Mesmo que as atividades do projeto no ambiente virtual tenham sido iniciadas para compensar a atuação do programa durante a pandemia, os resultados obtidos evidenciam a importância de se manter as ações mesmo depois que a situação se normalizar. Desde a criação das redes, em julho, até o mês de setembro 1.280 pessoas foram alcançadas pela página somente no Facebook.

A atuação do projeto na rede conta com cerca de 200 curtidas e seguidores até o momento e os engajamentos das atividades promovidas se encontram em uma crescente. Desde sua criação até setembro foram promovidas duas transmissões ao vivo, em soma ambas as *lives* tiveram 3.249 pessoas alcançadas.

A atuação do projeto na rede social Instagram contribui principalmente na divulgação das lives, direcionando o público para o Facebook. Em números a página nesta rede conta com cerca de 220 curtidas, com suas publicações atingindo em média 10 interações.

Um ponto importante a ser ressaltado é que além de expandir a atuação do projeto, as redes sociais também influenciaram para que outros públicos fossem alcançados, variando entre sexo e localização geográfica se comparado a suas atividades presenciais.

As atuações, que antes abrangiam o público da Zona Sul do Rio Grande do Sul, agora por meio das redes sociais ultrapassam fronteiras, alcançando até mesmo outros países. O maior público atingido se encontra em Pelotas, seguido por Piratini e Porto Alegre, o que marca o maior público vindo do Rio Grande do Sul, mas as publicações em rede constam visualizações em diversos estados brasileiros. Em maior escala, além do Brasil, outros países foram identificados, tendo os maiores números provenientes do Uruguai, Argentina e Estados Unidos. Quanto ao idioma utilizado pelos acessantes, além do português brasileiro foram registrados números significativos para português de Portugal, inglês e espanhol.

Tabela 1: Alcance da Página no Facebook Relacionado aos Continentes

Continente	Pessoas Alcançadas
América do Sul	1.719
Europa	10
América do Norte	6

Asia	4
Africa	1

Tabela 2: Alcance da Página no Facebook Relacionado aos Estados Brasileiros

Estados Brasileiros	Pessoas Alcançadas
Rio Grande do Sul	1.493
São Paulo	23
Rio de Janeiro	13
Santa Catarina	13
Paraná	12
Goiás	10
Distrito Federal	7
Minas Gerais	3

Gráfico 1: Representação do alcance em relação aos estados brasileiros



Gráfico 2: Representação do alcance em relação às cidades gaúchas

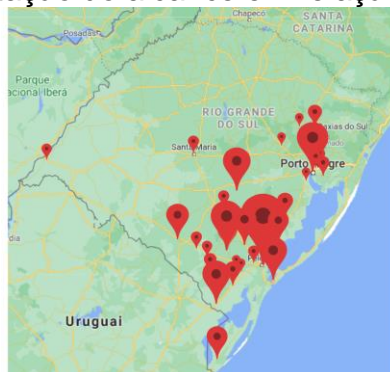
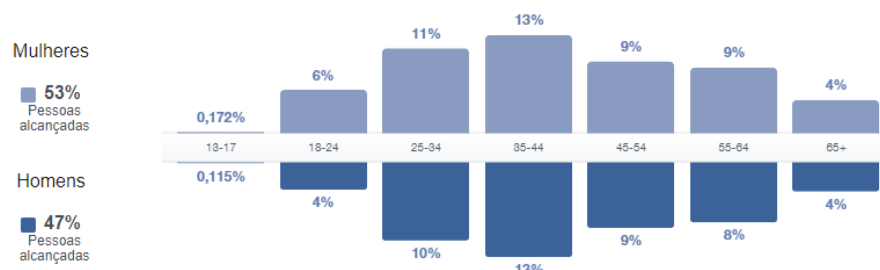


Tabela 3: Alcance da Página no Facebook Relacionado ao Idioma

Idiomas	Pessoas Alcançadas
Português	1692
Inglês	18
Espanhol	18
Francês	5
Indonésio	3
Alemão	2
Árabe	1
Turco	1

O público alcançado pela página, quando dividido e analisado em relação ao sexo e idade, como podemos ver no gráfico 3, se encontra bem distribuído, com uma diferença de 6% entre mulheres e homens e identificando em ambos uma maior audiência na faixa etária entre 35 e 44 anos, como podemos ver no gráfico a seguir.

Gráfico 3: Alcance da Página Separado por Sexo e Idade



#### 4. CONCLUSÕES

O ano de 2020 representou para muitos projetos, empresas e pessoas uma necessidade e oportunidade de renovação, pois devido à pandemia do COVID-19 e o isolamento social decorrente todos precisaram se reinventar para poder lidar com a situação. Assim, os projetos de extensão que antes se conectavam diretamente com a comunidade precisaram pensar em novos meios de estabelecer este laço e encontraram na internet um caminho com grande potencial de investimento.

Esta ferramenta, que já tinha grande popularidade, foi a grande responsável pela criação de uma rota alternativa para se atingir o público, permitindo que a partir das redes sociais as expectativas fossem alcançadas e as atividades propostas conseguissem expandir seu alcance para além do esperado. Assim, as redes virtuais possibilitaram o alcance de um público que não seria atingido se não fosse pela internet.

O que era visto até então como uma maneira alternativa para superar a crise se tornou uma ferramenta essencial para o projeto Desenvolvimento Social dos Municípios da Zona Sul, mostrando a partir dos resultados alcançados que a utilização do meio virtual como propulsor do conhecimento favorece e ressalta a essência da atividade extensionista: a troca de saberes entre a universidade e a comunidade.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

ALLTON, M. **The social media active users by network.** 2016. Acesso em: 28 ago. 2017.