



A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO VISUAL POR MEIO DAS REDES SOCIAIS – PROJETO DE EXTENSÃO ENDO Z

KAROLINY RECKZIEGEL DA VEIGA¹; LARISSA MOREIRA PINTO²; HINGRIDIS SGNAULIN³; EZILMARA LEONOR ROLIM DE SOUSA⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – karoliny_veiga@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – larimoreirapinto@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – hingridis2@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – ezilrolim@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O projeto de extensão Endo Z está inserido na Faculdade de Odontologia da UFPel (FO-UFPel). É um projeto de caráter prático, que visa o atendimento a pacientes de baixa renda com a necessidade de tratamento endodôntico e/ou de cirurgia parendodôntica. Além disso, visa oportunizar ao acadêmico o contato mais direto e sistemático com a realidade profissional, concretizando a teoria por meio da prática. Visa, também, capacitar o extensionista para atividades de investigação, análise e intervenção, bem como o aperfeiçoamento e a atualização dos alunos e profissionais da área da Odontologia.

A pandemia desencadeada pelo novo coronavírus constitui um cenário de muitas incertezas. Está sendo necessário construir novos caminhos para as atividades que se julgavam bem estabelecidas. A realidade atual exige de cada um, tanto de docentes quanto de discentes, uma postura flexível e de apoio mútuo para que ocorra o menor impacto possível sobre o processo de ensino-aprendizagem (UFMG, 2020).

Sendo assim, a evolução das tecnologias proporcionou várias maneiras de se estabelecer um espaço de comunicação, e as organizações estão aprendendo sobre essas tendências e sobre as possibilidades de explorar o que as novas dinâmicas de relacionamento prometem (PAGLIARINI; MULLER, 2012). Frente à pandemia do COVID-19, o projeto de extensão Endo Z viu-se na necessidade de adaptar suas atividades. Para isso, a utilização das redes sociais, em especial o Instagram, como meios de divulgação de suas atividades remotas, foi essencial para manter o vínculo entre o aluno e a instituição. Além disso, proporcionou o alcance do projeto a outras instituições de ensino superior.

Desse modo, foi proposto um novo modelo de apresentação visual para o Endo Z, o qual está disponível nos perfis do projeto nas redes sociais. Esses meios de comunicação estão cada vez mais poderosos e não param de se multiplicar. Por isso, todo material de divulgação precisa ser organizado de forma coerente, diagramado e ilustrado visando atrair a atenção do público a ser conquistado (TEIXEIRA, 2003). Ainda, segundo STRUNCK (2001), é fundamental a manutenção de identidades visuais consistentes para o sucesso de determinada marca.

Em vista disso, o objetivo deste trabalho é expor a nova identidade visual e os materiais de divulgação das atividades remotas do projeto Endo Z, bem como enfatizar a importância da comunicação visual por meio das redes sociais.

2. METODOLOGIA

O desenvolvimento de modelos de arte para a divulgação das atividades remotas do projeto Endo Z se iniciou no dia 29 de junho de 2020. Seguindo esses modelos, a cada semana eram alterados os dados referentes ao título do seminário, o nome completo do palestrante, a fotografia do palestrante, as informações da formação do profissional, a data, o horário e a plataforma digital utilizada. Ao todo foram desenvolvidos 9 materiais para divulgar os seminários do projeto.

A plataforma utilizada para a criação de todos os materiais foi o “CANVA”, no qual o acesso era feito pelo navegador, através do link “canva.com”. Sendo o registro na plataforma gratuito, não houve custos ao Projeto de Extensão.

Considerando-se que o logotipo do projeto era pré-existente, uma vez que foi criado pela extensionista Hingridis Sgnaulin, no ano de 2018, essa identidade foi mantida e utilizada na composição das artes de divulgação. Optou-se por permanecer com as cores características da identidade visual do projeto, sendo elas, o azul, o cinza e o branco.

Foram desenvolvidos dois modelos de materiais de divulgação para a rede social “Instagram”, um para a postagem no “*feed*” e o outro para os “*stories*”. A página do projeto pode ser acessada com o endereço eletrônico “instagram.com/@projeto_endo_z”. Destaca-se que a postagem desses materiais era feita, pelo menos, uma vez durante a semana do seminário.

As atividades teóricas remotas eram, em um primeiro momento, realizadas por meio da plataforma “Google Meet”. No entanto, com o aumento do interesse dos alunos e profissionais pelas palestras, migrou-se para a transmissão ao vivo na plataforma “YouTube”, na qual se encontra o projeto pelo nome “Projeto de Extensão Endo Z”. Dessa maneira, necessitou-se da criação da arte para a capa do canal do projeto, e, para isso, seguiu-se as características de identidade visual citadas anteriormente. Por meio do YouTube, foi possível a análise de dados, como número de participantes ao vivo, número de visualizações de cada seminário e número total de visualizações do canal. Para a redação deste estudo, analisou-se o canal do projeto até o dia 14 de setembro de 2020.

Além disso, após cada seminário, era disponibilizado um formulário para a confirmação da presença dos participantes. Por meio desse formulário, realizado na plataforma “Google Formulários”, coletou-se dados referentes à cidade, ao estado e à instituição de ensino dos ouvintes.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perante à situação atual da pandemia da COVID-19, valorizou-se, ainda mais, a comunicação por meio das redes sociais. Assim, o Projeto de Extensão Endo Z está presente nessas redes para que se possa proporcionar uma aproximação entre discentes e docentes. Em vista que a maioria dos alunos da graduação - público alvo das atividades remotas do projeto -, possui contas no “Instagram”, fez-se o uso dele para a maior parte da comunicação visual das atividades remotas.

Segundo TEIXEIRA (2003), uma identidade visual reúne toda a referência visual que leva a identificar uma empresa ou produto, vinculando-os em suas diversas variações. Além disso, reúne informações visuais como os logotipos, os símbolos, as cores, os tipos, as disposições e os arranjos gráficos que devem se manter dentro de um padrão para estabelecer a consolidação de uma marca e de seu produto. Seguindo esses preceitos, os modelos de artes de divulgação do Endo Z, seja para o “*feed*”, os “*stories*” ou o YouTube foram desenvolvidos (Figura 1).

Figura 1: Modelos De Artes Desenvolvidos Para A Divulgação



Fonte: Arquivos do projeto de extensão Endo Z, 2020.

Durante o decorrer das atividades, necessitou-se migrar para a transmissão ao vivo pela plataforma “YouTube”, devido a grande procura pelas atividades do projeto, demonstrando que o compartilhamento de informações e conhecimento se torna uma constante, tanto pela sua agilidade como pela flexibilidade (LIMA; FREIRE, 2014). Dessa forma, desenvolveu-se um modelo de arte para o canal do projeto de extensão no Youtube (Figura 2).

Figura 2: Modelo de arte para o Youtube



Fonte: Arquivos do projeto de extensão Endo Z, 2020.

O Youtube é uma rede social de importante divulgação de conteúdo e sua popularidade está relacionada com o alcance que um conteúdo pode atingir (CASTAÑÓN, 2017). Nesse sentido, por meio da análise dos dados fornecidos pela plataforma, obteve-se a contagem de 120 inscritos no canal do Projeto de Extensão Endo Z e 2.301 visualizações totais no canal até o dia 14 de setembro de 2020, sendo que os vídeos variam de 19 a 97 participantes ao vivo e 162 a 396 visualizações em cada seminário. Já com a análise do formulário de presença, observou-se a participação de ouvintes de Alagoas, Bahia, Maranhão, Goiás, Distrito Federal, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul. Outras instituições, como Instituto Florence de Ensino, UFAL, UNIARA, SESC, Faculdade de Maria Milza, Ulbra, UNISC e Faculdade Nova Esperança, estiveram presentes como respostas ao formulário. Isso demonstra a importância da comunicação e da identidade visual na divulgação e do uso de plataformas digitais que possibilitam o alcance de pessoas de outros estados e de outras instituições de ensino do Brasil.



4. CONCLUSÕES

Por meio da produção de modelos de arte para a divulgação das atividades remotos do Endo Z e para a identidade visual do projeto, foi possível levar os seminários do projeto aos estudantes de outras localidades e outras instituições de ensino superior do Brasil. Demonstrando, assim, a importância do desenvolvimento da comunicação visual para manter o vínculo do aluno à instituição, bem como para possibilitar a disseminação das atividades remotas para além da FO-UFPEL.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTANÓN, J. P. A. **Análise de Popularidade de Canais do YouTube**. 2017. Monografia (Graduação em Sistemas de Informação) – Instituto de Ciências Exatas e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto.

LIMA, A. P. L.; FREIRE, I. M. As mídias sociais de olho na CI na perspectiva da disseminação da informação. **Encontros Bibli**. Santa Catarina, v. 19, n. 39, p. 113-132, 2014.

PAGLIARINI, C.; MULLER, F. O. Estratégias de comunicação e mídias sociais digitais : estudo de caso de uma empresa do varejo de médio porte. **Cadernos de Comunicação**. Santa Maria, v. 16, n. 2, p. 141-159, 2012.

STRUNCK, G. L. **Identidade Visual – A direção do olhar**. Rio de Janeiro: Editora Europa, 1989.

TEIXEIRA, F. C. **O processo de desenvolvimento da identidade visual do NACOM**. 2003. Tese (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Centro Universitário Leonardo da Vinci.

UFMG. **Ensino Remoto Emergencial (ERE) nos cursos de graduação da UFMG**. Prograd, Minas Gerais, 28 jul. 2020. Acessado em 12 set. 2020. Online. Disponível em:
<https://www2.ufmg.br/prograd/content/download/29268/195895/file/ERE.pdf>.
Acessado em: 18 de Setembro de 2020.