

XII BARCADA: RECEPÇÃO DOS CALOUROS DO CURSO DE ENGENHARIA HÍDRICA EM TEMPOS DE PANDEMIA

LUIZA JARDIM MACHADO¹; ADAM LUIZ EVANGELISTA SOARES²; KAMILA DA
SILVA MARTINS PITANA³; LETÍCIA DE ALMEIDA SOARES⁴; THAÍS PEREIRA
NOUALS⁵; VIVIANE SANTOS SILVA TERRA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – luizaljm@gmail.com

²Universidade Federal de Alfenas – adam.soares@sou.unifal-mg.edu.br

³Universidade Federal de Pelotas – kamillamartinspitana@gmail.com

⁴Universidade Federal de Alfenas – leticia.soares@sou.unifal-mg.edu.br

⁵Universidade Federal de Pelotas – thaisnouals1605@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – vssterra10@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

As mudanças nas formas de ensino e aprendizagem foram bastante significativas devido a ampliação das informações pelo meio digital. SERGL et al., (2020) afirmam que a popularização da internet estabeleceu novos processos que são reconfigurados a cada novidade no meio do acesso ao conhecimento e permeou influências que estão além de seus usuários.

A educação de nível superior tem o preceito de preparar profissionais que sejam comprometidos, extrapolando o contexto das Instituições de Ensino Superior (IES), impulsionando o próximo e a sociedade em que estão inseridos. Nesse âmbito, a Covid-19, desencadeou a necessidade de projetos realizados nas IES, se adequarem as novas formas de disseminação do conhecimento, em consequência das recomendações de isolamento social. O projeto Barcada, organizado pelo Programa de Educação Tutorial do curso de Engenharia Hídrica (PET-EH) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), foi uma das atividades que se adequou as novas regras de restrição social.

Originalmente, o projeto Barcada é realizado em circunstância presencial, desde a criação do curso de Engenharia Hídrica, totalizando 12 edições. A Barcada é feita através de um passeio de barco e visa favorecer a interação entre os alunos ingressantes, professores e técnicos do curso, com intuito de minimizar a evasão. O objetivo da atividade é proporcionar uma nova experiência de conhecimento aos alunos ingressantes, acerca da história dos recursos hídricos e obras hidráulicas importantes da nossa região.

Projetos como a Barcada, apresentam um relevante meio de contribuição na busca pelo conhecimento, mostrando a comunidade interna e externa, a importância das questões voltadas ao uso e conservação da água. Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo apresentar a ação criativa da recepção dos alunos ingressantes através da XII Barcada, em formato virtual.

2. METODOLOGIA

A Barcada é um evento tradicional do curso de Engenharia Hídrica da UFPEL. Surgiu a partir de uma ideia de um dos docentes do curso para receber os alunos ingressantes da primeira turma, no ano 2008. A partir da edição II, a Barcada passou a ser organizada pelo grupo PET-EH, sendo realizada uma vez por ano. Com a atual

situação sanitária do mundo, a XII edição teve que ser totalmente reformulada, a fim de respeitar as atividades remotas da instituição.

Para isso, o PET-EH realizou reuniões para definir a data, o roteiro do evento, a forma de divulgação, entre outros. Inicialmente foi definido pelo grupo a elaboração de um vídeo apresentando os recursos hídricos e as principais obras hidráulicas da região. A metodologia foi elaborada de acordo com a situação vivenciada no momento da sua realização.

Para a produção do vídeo, buscou-se uma parceria com o Grupo PET Ciência da Universidade Federal de Alfenas – Minas Gerais (UNIFAL-MG), na qual foram realizadas reuniões para apresentação do roteiro. Após, o PET Ciência realiza suas etapas sequências. A partir do roteiro e definição da linguagem a ser utilizada, inicia-se a gravação do áudio com um gravador simples colocando entonações nas falas, em seguida esse áudio passa por uma edição usando o programa Audacity, onde acrescenta-se sons, músicas e efeitos de fundo. Com o áudio pronto passa-se para uma nova etapa. Nessa fase os responsáveis pela animação criam a mesma, a partir do áudio finalizado, no programa VideoScribe. Por fim, o vídeo é renderizado em uma boa qualidade e no formato AVI para que possa ser compartilhado em qualquer rede social.

A escolha do local a ser retratado foi o Canal São Gonçalo, o qual está inserido na bacia hidrográfica Mirim-São Gonçalo (BHMSG), abrangendo os municípios de Arroio Grande, Capão do Leão, Pelotas e Rio Grande. Além de apresentar a sua fauna e flora, o texto também inclui a história do local e a importância do recurso hídrico.

Optou-se como meio de divulgação a rede social do grupo PET-EH, Instagram, a qual teve crescente uso durante a pandemia e se mostrou como um relevante meio a contribuir na disseminação de conhecimento. Para a publicação utilizou-se o Instagram TV (IGTV), funcionalidade básica do aplicativo que permite a postagem de vídeos mais longos. Por fim, para apresentar os dados pós publicação, fez-se o uso do Instagram Insights, o qual proporciona a obtenção de métricas, funcionando como uma espécie de gerenciador de dados, pois fornece relatórios sobre as postagens, como interações, alcances, dentre outros (INSTAGRAM, 2020).

Com isso, a atividade foi realizada de forma remota, na qual foi modificada com base em um olhar mais abrangente, uma vez que as demandas no setor hídrico são acentuadas neste cenário pandêmico.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir do roteiro elaborado pelos membros do grupo PET-EH, criou-se um vídeo com imagens e narração, sobre os principais pontos do Canal São Gonçalo. O vídeo teve duração de 6 minutos e 41 segundos. Embora o evento fosse realizado de forma remota, a intenção de ser um passeio de barco foi mantida. Desse modo, em cada local percorrido pelo barco, eram expostas as suas principais informações (Figura 1).

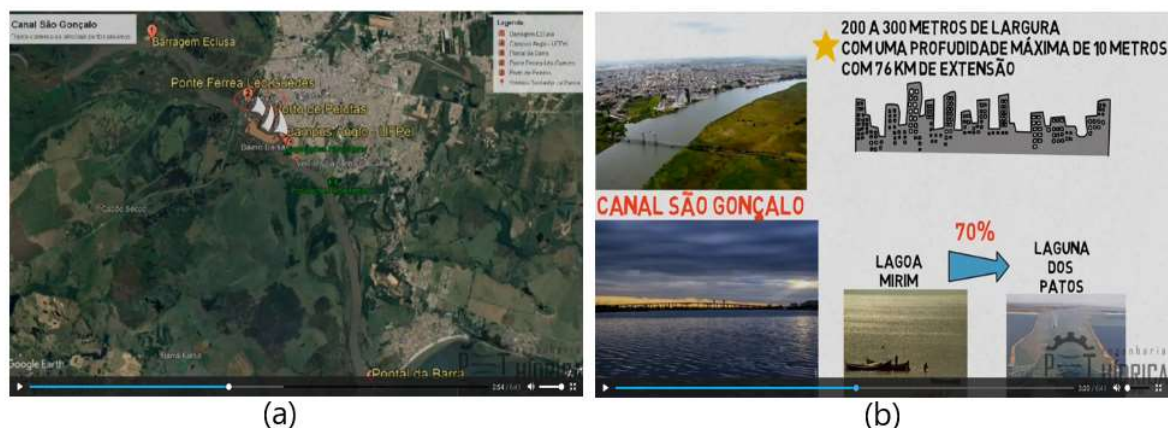


Figura1. Trechos do vídeo da XII Barcada: (a) percurso e (b) informações exibidas sobre o Canal São Gonçalo.

As questões voltadas para o local da atividade foram pensadas de modo que tornasse a linguagem mais atrativa e agradável, conectadas com o ensino e com o ambiente, mesmo que de forma online.

Busca-se no resultado, dar andamento aos processos de novos olhares e percepções sobre a história do cenário ambiental, ambicionando o envolvimento das famílias, amigos ou qualquer outro usuário que tenha acesso ao vídeo (GUERRA et al., 2020).

Na Figura 2 constam os dados referentes ao número de visualizações do vídeo, num total 693, além de 73 curtidas, 17 comentários e 61 compartilhamentos.

A partir dos compartilhamentos pode-se perceber que 121 contas de usuários assistiram ao vídeo. Também de acordo com as métricas do Instagram, o vídeo foi salvo 8 vezes na coleção privada, o que faz com que o usuário possa ter acesso facilitado para assisti-lo em outro momento.

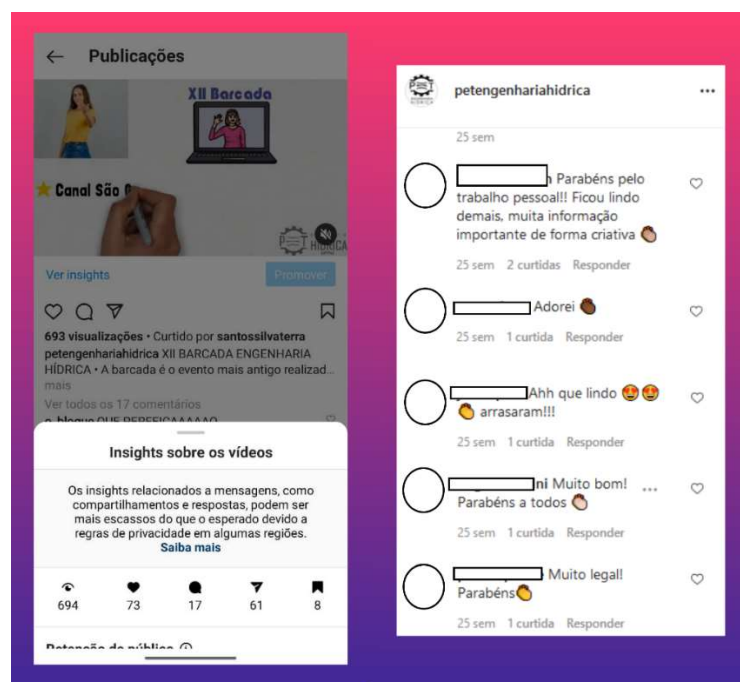


Figura 2. Dados referentes as visualizações do vídeo no canal do Instagram do grupo PET-Engenharia Hídrica- UFPEL.

O alcance do vídeo chegou ao número de 407 contas, esta métrica mensura somente o número de vezes que o post foi assistido sem contar as repetições de um mesmo usuário. Dessas contas, 13% não seguiam o grupo PET-EH no Instagram.

Em relação aos alunos ingressantes no ano de 2020, observou-se que dos 15 ingressantes matriculados, somente 5 assistiram ao vídeo da XII Barcada. Tal fato pode ter ocorrido, porque o recurso apresenta somente a quantidade de pessoas que visualizaram os vídeos na plataforma, logo esses números foram contabilizados manualmente pela conferência de curtidas.

Entendendo que o público-alvo de origem não tenha sido totalmente atingido, cabe ressaltar que a informação mediada pelas redes sociais não necessita ser compreendida apenas como um único tipo de comunicação, e sim como um aliado na divulgação de assuntos profissionais e educacionais. Entretanto, o projeto Barcada na forma remota resultou em um público que não era esperado pelo grupo, se expandindo à comunidade do município de Pelotas- RS.

4. CONCLUSÕES

No período de isolamento social, as redes sociais se mostraram como uma importante ferramenta para a divulgação de projetos, como a XII Barcada. Ao viabilizar o compartilhamento com outros usuários, a rede social incentiva a ampliação no alcance das informações, estabelecendo assim um instrumento de sensibilização e consciência ambiental. Ademais, são necessárias reflexões e estudos para compreender a melhor forma de ampliar o alcance das publicações.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SERGL, M. J.; CUNHA, G. A relação entre o indivíduo pós-moderno, o consumo e a internet das coisas. **Revista Tecnologia e Sociedade**, Curitiba, v. 16, n. 39, p. 41-56, 2020.

INSTAGRAM. **About Instagram**. Acessado em: 01 jul. 2021. Online. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/creators/tools-and-safety>

GUERRA, A. F. S.; ORSI, R. F. M.; STEUCK, E. R.; SILVA, M. P.; SERPA, P. R.; SANTOS, B. C. L. S.; ROCKETT, A. N. Educação Ambiental: a resistência e o esperar em tempos de pandemia. **Revista Brasileira de Educação Ambiental**, São Paulo, v. 15, n. 4, p. 237-258, 2020.