

PARCERIA MARTE E PROJETO GEOPARQUE PAISAGEM DAS ÁGUAS – COMO A COBERTURA FOTOGRÁFICA AUXILIA NA DIVULGAÇÃO DE UM PROJETO

LUÍS ESTEVES SILVA GARCEZ¹; GIULIA LEMONS BRUM²; MARISLEI
DA SILVEIRA RIBEIRO³; ADRIANO LUÍS HECK SIMON⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – luisestevessgarcez@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – Lemonsbrumgiulia@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – adrianosimon@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é apresentar a proposta do projeto de extensão Marte UFPel (agência experimental de assessoria de conteúdo), destacando sua importância no fortalecimento das relações entre a instituição assessorada (Projeto Geoparque Paisagem das Águas, projeto de extensão da UFPel) e a comunidade do território do estuário da Lagoa dos Patos.

O nome da agência representa a dedicação de seus colaboradores, estando relacionado ao planeta Marte e a cultura romana. Segundo Marte Agência de Conteúdo, “[...] o planeta Marte representa a força de vontade, a ambição e a energia que nos rege e nos move em busca de nossos sonhos. [...] Na mitologia romana, Marte é filho de Júpiter e Juno e é considerado o “deus da guerra”. Aqui, o conceito de guerra tem contexto de força de vontade e proatividade, traços trabalhados e estimulados nos integrantes, com a certeza de que serão ferramentas essenciais para enfrentar o mercado de trabalho.

Além do acúmulo de experiência, visto que a empresa Marte trabalha com clientes reais. De acordo com a pesquisadora Kunsch (2003) a área de assessoria de comunicação desempenha papel fundamental na promoção e na consolidação da imagem de uma instituição perante a sociedade, já que a comunicação é indispensável para seu bom funcionamento. Nesse sentido, a Marte busca disponibilizar serviços de comunicação voltados tanto ao público interno quanto ao externo da universidade.

Além disso, este trabalho expõe as principais estratégias de assessoria de comunicação utilizadas para o Projeto Geoparque Paisagem das Águas (PGPA), bem como os planos de ação que ainda serão postos em prática ao longo do desenvolvimento do projeto, visto que este é um cliente novo da empresa (desde 29 de maio de 2025).

2. METODOLOGIA

A metodologia adotada para a cobertura dos eventos do Projeto Geoparque Paisagem das Águas fundamenta-se em procedimentos próprios da comunicação institucional, com enfoque na produção jornalística e na divulgação científica e cultural. Foram utilizados métodos de observação direta e registro em meios textuais, fotográficos e audiovisuais, a fim de garantir uma documentação abrangente e precisa das atividades, conforme a definição de Gil (2008), que caracteriza a observação como uma técnica de pesquisa voltada à obtenção de dados a partir do contato direto com o fenômeno estudado.

A análise das informações coletadas orientou a elaboração de materiais de mídia social de caráter informativo, voltados tanto para o público interno da universidade quanto para a comunidade externa. Tal abordagem metodológica permite não apenas a promoção da imagem do projeto, mas também a construção de uma relação entre a instituição e a sociedade, em consonância com a concepção de Melo (2003), que entende a cobertura jornalística como um processo de mediação social capaz de atribuir sentidos e construir narrativas coletivas. Sendo assim, num primeiro momento foram realizadas práticas jornalísticas baseadas, principalmente, na prática da cobertura jornalística enquanto instrumento de registro, análise e difusão das ações promovidas pelo Projeto Geoparque Paisagem das Águas.

O acompanhamento desses eventos fundamentou-se na observação direta e no registro multimídia, sobretudo fotográfico. A fotografia, nesse contexto, não se limita à função de ilustrar, mas constitui um recurso metodológico essencial na prática jornalística, uma vez que agrega valor documental e simbólico às narrativas produzidas. Para Sousa (2002), o fotojornalismo desempenha um papel fundamental na constituição da notícia, pois alia o caráter estético da imagem ao compromisso de evidenciar a realidade dos fatos.

Dessa forma, cada registro fotográfico realizado durante os eventos do PGPA foi concebido não apenas como material de divulgação, mas também como parte do processo de construção de memória institucional. A prática metodológica adotada, portanto, buscou integrar a cobertura fotográfica à difusão jornalística em redes sociais, ampliando o alcance das ações do Projeto Geoparque Paisagem das Águas e fortalecendo sua presença junto ao público interno da universidade e à comunidade externa. Nesse sentido, a fotografia jornalística se apresenta como ferramenta estratégica de mediação entre o acontecimento e a sociedade, permitindo que os eventos registrados se transformem em narrativas visuais compartilhadas, dotadas de significados coletivos.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O autor acompanhou o projeto Geoparque Paisagem das Águas em diversos eventos em Pelotas - RS durante os meses de julho e agosto de 2025 para fins de registro fotográfico e divulgação em redes sociais. Em 13 de julho, o projeto apresentou sua ação “Geoparque na Rua!”, durante o evento “Ruas de Lazer”; em 20 de julho, o projeto esteve na 31ª edição da Fenadoce, ocupando o estande da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura; em 28 de julho, também na Fenadoce, a coordenação do PGPA realizou uma palestra para falar sobre os objetivos do projeto no auditório central do evento; em 17 de agosto (figura 1), o projeto esteve presente novamente no “Ruas de Lazer”.

Os registros fotográficos realizados pela equipe da Marte Agência de Conteúdo durante os quatro eventos do assessorado foram utilizados em postagens na rede social Instagram que divulgavam e informavam sobre as ações do projeto nas respectivas datas. Durante a escrita deste trabalho (20 de agosto), outros eventos onde o assessorado estará presente já estão agendados, com a responsabilidade de sua cobertura jornalística a ser cumprida pela equipe Marte. Além disso, o autor trabalhará na criação de um site (utilizando Wordpress) e um perfil no Facebook para o projeto Geoparque Paisagem das Águas.



figura 1: Membros do PGPA durante o evento Ruas de Lazer (17 de agosto)

4. CONSIDERAÇÕES

O Projeto Geoparque Paisagem das Águas difere-se dos outros clientes da agência de conteúdo Marte pois, desde antes do início da parceria, conta com uma presença digital forte e com um time de mídias sociais bem estabelecido. Tendo em vista essa situação, a necessidade do assessorado não se resume à criação de conteúdo para redes sociais e ao gerenciamento de perfis, mas sim a um trabalho em conjunto com o time do PGPA para aperfeiçoar e ampliar o alcance de suas postagens, além de prover suporte em tempo real durante eventos, como os comentados nas seções anteriores.

Nesse contexto, ressalta-se que a assessoria de imprensa tem papel central, pois auxilia a dar visibilidade social para instituições e organizações, a construir sua imagem e atua como agente ativo na coordenação dos fluxos de informação (KUNSCH, 2003). Dessa forma, o trabalho desenvolvido pela Marte Agência de Conteúdo consolida-se como suporte essencial para que o Projeto Geoparque Paisagem das Águas amplie seu alcance e fortaleça sua identidade enquanto geoparque.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MARTE AGÊNCIA DE CONTEÚDO. Sobre Marte. Marte Agência de Conteúdo, 2018. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/marteagencia/sobre-marte>

KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4. ed. rev. ampl. São Paulo: Summus, 2003.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MELO, J. M. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

SOUSA, J. P. *Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2002.