

ComunicAção: estudantes protagonistas do fazer comunicativo do IFRS - *Campus Osório*

Gabriela Silva Morél de Oliveira¹ e Gabriela Hahn Pedroso²

RESUMO

No âmbito das instituições públicas, a comunicação é ferramenta essencial para pautar suas ações pela transparência e ética e, conseqüentemente, formar uma imagem positiva perante seus públicos. Mas, quando o público é formado em sua maioria por jovens, o processo de comunicação precisa ser feito de maneira mais integradora e menos impositiva. Pensando nisso, os setores de Assessoria de Comunicação e Audiovisual do *Campus Osório* criaram, em 2016, o projeto de extensão “ComunicAção: do *campus* para a comunidade”. O objetivo era envolver os estudantes na propagação dos conhecimentos e ações produzidas pelas áreas de ensino, pesquisa e extensão, bem como por setores e núcleos, através de programas de áudio e vídeo com divulgação na internet. Também foram criados programas de conteúdos didático-pedagógicos, cinematográficos e literários. Em quatro anos do projeto, muitas produções foram veiculadas no canal do YouTube do *campus* e divulgadas nas redes sociais Facebook e Instagram. Além de possibilitar um contato mais próximo entre a instituição e a comunidade de abrangência, ampliou e qualificou os instrumentos de comunicação. Isso também contribuiu significativamente para o aumento da visibilidade do *Campus Osório* e reforçou positivamente sua imagem e reputação.

Palavras-chave: Comunicação. Divulgação das ações. Criação de Conteúdos. Estudantes protagonistas. Imagem e reputação institucional.

¹ Especialista em Comunicação Estratégica, jornalista do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), *Campus Osório*. E-mail: gabriela.morel@osorio.ifrs.edu.br

² Estudante do curso de Licenciatura em Letras - Português/Inglês do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS), *Campus Osório*. E-mail: gabihahnp@gmail.com

Introdução

Com a ideia de criar um novo canal de comunicação, mais democrático e menos impositivo, voltado para a comunidade interna e externa do *Campus* Osório foi concebido, no ano de 2016, o projeto “ComunicAção: do *campus* para a comunidade”. Notou-se que a linguagem e o formato de comunicação utilizados no site e redes sociais institucionais não eram tão atrativos aos jovens (sejam eles estudantes do *campus* ou candidatos a serem), e que formam o maior público de relacionamento do Instituto.

Desenvolvido em uma parceria entre os setores de Comunicação e de Audiovisual, tinha por objetivo aumentar a visibilidade do *Campus* Osório por meio da divulgação das suas ações e, assim, reforçar positivamente sua imagem e reputação. Para isso, fez dos estudantes do Ensino Médio Integrado os protagonistas da ação. Atuando como bolsistas e voluntários, eram os responsáveis



Figura 1. Apresentação do projeto na 6ª Mostra de Ensino, Extensão e Pesquisa (MoExP) do *Campus* Osório. Fonte: Acervo do setor de Comunicação do *Campus* Osório (2016).

por todo o processo de produção da notícia: da pesquisa e definição das pautas até a edição e sua divulgação, sob orientação dos coordenadores.

Ao todo, oito produtos de comunicação resultaram do ComunicAção, em quatro edições do projeto. Foram desenvolvidos programas voltados à divulgação de ações e projetos e também de conteúdos didáticos-pedagógicos, cinematográficos e literários. O “*Campus* Osório Notícias”, o “Tá na Rede” e o “Ensino, Extensão e Pesquisa em Ação (EEPA)” eram informativos. Já o “Escuta Essa”, o “De Olho na Tela”, o “Café com Pipoca” e o “Marca Página”, focados em levar informações e conhecimentos ao público.

Da construção à consolidação

A comunicação com os diferentes públicos estratégicos (*stakeholders*) é fundamental para a construção de uma imagem positiva da instituição, que é “um dos bens mais valiosos de uma organização moderna”, segundo a Política de Comunicação do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (2015, p 43).

Com base nessa premissa, a essência do projeto ‘ComunicAção: do *campus* para a comunidade’ era tornar o *campus* mais conhecido na região do litoral norte do Rio Grande do Sul pelas ações que promove e pelos conhecimentos que produz. Também buscou atuar na difusão de temas de relevância social transversais à educação, reforçando conceitos e promovendo mudanças na comunidade.

Para alcançar estes objetivos, os setores envolvidos adaptaram um programa já existente, o “*Campus* Osório Notícias” - publicado no canal do YouTube do *Campus* Osório (IfrsOsoComunicacao) e divulgado nas redes sociais oficiais. Com periodicidade mensal, o “Notícias” passou a ser apresentado pela bolsista voluntária do projeto, Gabriela Hahn, então estudante do 4º ano do curso Técnico em Administração Integrado ao Ensino Médio.

O fato de ter uma âncora aluna do *campus* garantiu a maior aproximação e a identificação com o público jovem que buscava-se. E ela foi, literalmente, a cara do projeto, atuando nele em todas as edições:

“O ComunicAção foi uma inovação no ato de comunicar. Trouxe visão e linguagem inéditas, resultando na proximidade com os públicos, que passaram a acompanhar tudo o que acontecia no *Campus* Osório. O “*Campus* Osório Notícias” foi o programa mais desafiador. Ao longo das edições exigiu uma Gabriela pesquisadora, roteirista, entrevistadora, apresentadora, câmera, editora, tradutora e intérprete de Libras. A cada ano, ele se inovava e se transformava, nunca perdendo sua essência. Não à toa, era o programa de mais sucesso do ComunicAção! Ter a oportunidade de participar e protagonizar o crescimento e desenvolvimento desse projeto foi inspirador! Atualmente atuo na área de Libras, com docência, tradução e interpretação e o projeto foi de extrema importância para o desenvolvimento das minhas competências, visto a necessidade de habilidades e conhecimentos nas áreas de comunicação e audiovisual.” Gabriela Hahn Pedroso, participante do projeto de 2016 a 2019, como bolsista e voluntária.

O “Notícias” passou a contar com uma opção de entretenimento, o “Escuta Essa”. Produzido em áudio, chamados “spots”, era encaminhado para rádios da região com conteúdo didático-pedagógico. Trazia uma curiosidade, explicada com base em teorias e conceitos de diversas disciplinas. Para isso, contava com o apoio de professores e técnico-administrativos, que produziam um texto-base para ser adaptado à linguagem jornalística.

Em meados de 2016 foram criados mais dois quadros: “Marca-página” e “De Olho na Tela”. Eles traziam, respectivamente, resenhas de obras literárias e cinematográficas, apresentadas por outros estudantes envolvidos no projeto.

No ano seguinte (2017) estreou o “Tá na Rede”, um noticiário semanal em áudio com as oportunidades para os estudantes, como vagas em projetos de ensino, pesquisa e extensão, eleições internas, entre outras. Também era publicado no Canal do YouTube do *campus* e replicado nas redes sociais, mas não entrava na programação do “Notícias”.

No mesmo ano optou-se por tornar o “Marca-página” e o “De Olho na Tela” programas independentes, facilitando o acesso direto a cada um deles, sem o espectador ter que ficar procurando no cursor. Outro benefício foi deixar o “Notícias” mais compacto e fácil de assistir.



📌 **Figura 2.** Apresentação do projeto na 6ª Mostra de Ensino, Extensão e Pesquisa (MoExP) do *Campus* Osório. Fonte: Acervo do setor de Comunicação do *Campus* Osório (2016).

O projeto foi repaginado em 2018, mantendo-se apenas o “*Campus Osório Notícias*”. Entraram na grade de programação do YouTube o “Café com Pipoca”, o “Ensino, Extensão e Pesquisa em Ação (EEPA)” e o “Informando”. Um voltado à cultura pop, cinema, séries, jogos e tudo relacionado ao mundo *geek* e *nerd*; outro para apresentar projetos do *campus*; e, por fim, um dedicado a mostrar o que é o Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) e o *Campus Osório*, destacando suas peculiaridades.

Em 2019, a grande novidade do “ComunicAção” foi a criação de um perfil no Instagram, onde assaram a ser publicados, imagens e vídeos relacionados ao dia a dia do projeto e do *campus*. “Estar presente nessa rede social, que tornou-se a mais utilizada pelos jovens – maioria dos estudantes do *campus* e, conseqüentemente, do público do ‘ComunicAção’ – foi fundamental para ampliar o alcance do projeto. Tanto que em 2020, em meio à pandemia, o perfil tornou-se o oficial do *campus*, aproveitando o número de seguidores até então conquistados”. Gabriela Silva Morél de Oliveira, coordenadora do projeto.

E os números são grandiosos. Só no canal do YouTube, os programas tiveram mais de 15 mil visualizações. No Facebook e no Instagram, as curtidas e comentários ratificam que foi atingido o objetivo de promover maior participação e interação com a comunidade.

O projeto foi apresentado em eventos científicos dos *Campi Restinga*, Porto Alegre, Feliz e Osório do IFRS, e no Salão de Pesquisa, Extensão e Ensino do IFRS. Recebeu reconhecimentos pelo seu papel transformador na 6ª Mostra Científica do *Campus Restinga*, em 2016, na Mostra Técnica do *Campus Feliz* nas edições de 2017, 2018 e 2019 e na Mostra de Ensino, Extensão e Pesquisa do *Campus Osório*, a MoExp, em 2018 e 2019. Foi premiado também por duas vezes no Salão do IFRS (2016 e 2018).

Nesta trajetória, fica evidente o importante papel dos 11 estudantes bolsistas e voluntários envolvidos na construção do projeto. A cada edição, com o ingresso de novos participantes, com características e gostos pessoais bem distintos, surgiam novas ideias. Isso transformava o fazer comunicativo do “ComunicAção”, ao mesmo passo em que colaborava para a construção da sua identidade.

Conclusão

O “ComunicAção: do *campus* para a comunidade” atingiu seu objetivo de disseminar os conhecimentos e ações de relevância social produzidos dentro da instituição, qualificando o processo de comunicação do IFRS - *Campus Osório* junto aos seus públicos de interesse. Na verdade, foi muito além, tornando-se também um canal de produção de conteúdos didático-pedagógicos, cinematográficos e literários.

Levou o *Campus Osório* para além dos seus muros, conectando públicos e sendo um atrativo para o coletivo jovem ter seu primeiro contato com o Instituto Federal, despertando para as oportunidades oferecidas. O público se informa e se torna multiplicador das ações e conhecimentos originados no *campus*.

Ao difundir conhecimentos científicos e tecnológicos e conceitos de relevância social, evidenciou as contribuições do IFRS para o desenvolvimento regional e para a transformação da sociedade na qual o *campus* está inserido, reforçando os objetivos institucionais (missão, visão, princípios e finalidades).

E é nesta democratização do saber, somado ao envolvimento dos estudantes nos processos de criação e desenvolvimento, que o “ComunicAção” garante a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão. Afinal, todo lugar pode ser um espaço de aprendizagens e troca de conhecimentos numa sociedade educativa (MARTÍN-BARBERO, 2014).

Nos anos de 2020 e 2021, marcados pela pandemia do novo coronavírus, o projeto não foi realizado. Em 2022, com o retorno presencial, a previsão é de continuidade do “ComunicAção”, que deverá ter novos programas, talvez novos formatos, mas sempre com a sua essência de divulgar o *Campus Osório* e o IFRS.

Referências

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DO IFRS. Aprovada pelo Conselho Superior do IFRS, conforme Resolução nº 074, de 18 de agosto de 2015 - 1ª edição consolidada.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A Comunicação na Educação.** São Paulo: Contexto, (2014).