



## **A internet na divulgação dos projetos de extensão SAU E NAUFO no campus Goiânia-Laranjeiras**

**Vitor Jardim, Allan Batista dos Santos.**

Universidade Estadual de Goiás

Resumo: Neste texto será mostrado o resultado do trabalho na divulgação dos projetos de extensão SAU e NAUFO, a partir do uso do Instagram. Também é citado o objetivo de ter esse trabalho para a plataforma em questão e o quão importante é para que os discentes e docentes vejam o resultado das pesquisas que são feitas durante os anos em que o NAUFO tenha trabalhado, e da Semana de Cinema e audiovisual da UEG.

Palavras-chave: Extensão universitária; Redes sociais; Atividade extensionista.

### **Introdução**

Os projetos de extensão proporcionam um maior contato entre comunidade acadêmica e a sociedade. Como recurso de demonstração das ações realizadas por projetos de extensão a internet tem sido forte aliada. Segundo a empresa Rock Content (2018), “os números do Instagram são incríveis: com cerca de 300 milhões de usuários ativos, o Brasil ocupa o terceiro lugar de usuários na rede, perdendo apenas para o EUA e a Rússia” ROCK CONTENT, 2018, p.5)

Nesse pequeno estudo busca-se demonstrar o alcance de dois projetos de extensão a partir do uso do Instagram. Esses projetos são o NAUFO (Núcleo Audiovisual de Produção de Foleys) e SAU (Semana de Cinema e Audiovisual). O primeiro projeto existe desde o ano de 2009 e é um evento anual do curso de cinema e audiovisual da UEG que busca discutir os caminhos de pesquisa, tecnológicos e de mercado do cinema e audiovisual. Já o segundo projeto, NAUFO, existe desde 2012 e tem como principal objetivo a formação de profissionais de som, com atenção voltada para a criação de foleys e pós-produção sonora de um produto audiovisual.

### **Material e Métodos**

O bolsista Vitor Jardim Pinheiro Silva é participante no projeto de extensão





NAUFO. Uma de suas atividades desenvolvidas foi o da gestão das redes sociais do projeto, que começou em julho de 2021. O bolsista Allan Batista é bolsista da Universidade e colaborou no projeto da SAU também como gestor das redes sociais do projeto no período de julho a setembro de 2021.

Como um dos projetos de extensão é evento e o outro é projeto anual permanente, existiam algumas diferenças nas atividades das postagens. Para o projeto NAUFO, que é permanente, usou-se o mês de julho de 2021 para o planejamento para as postagens, várias ideias foram discutidas, para uma melhor visibilidade do projeto. Dentre elas, foram escolhidas as seguintes ações: uma postagem semanal sobre as atividades do projeto. A primeira postagem seria a introdução do projeto de extensão, depois sobre a história de Jack Foley, trabalhos realizados pelo NAUFO, participação em reuniões e fotos dos encontros quinzenais dos integrantes.

Para o projeto SAU, que é uma celebração do Audiovisual, era preciso postar sobre as atividades do evento, que ocorreu de 31 de agosto a 03 de setembro de 2021. O bolsista Allan Batista, responde as atividades do Instagram da SAU. Nesse sentido, foi preciso realizar o planejamento de postagens com informações sobre as atrações desse ato e seus participantes, procedimentos de inscrição nas atividades, produção de conteúdo interativo para os stories, entre outros, para uma participação efetiva de público nesse processo.

## Resultados e Discussão

Dentre os resultados obtidos apresenta-se aqui o alcance dos projetos de extensão nas redes sociais, propiciando maior visibilidade aos mesmos. No caso da SAU foram realizadas 25 postagens que possibilitaram um alcance total de mais de 37 mil contas (entre curtidas, comentários, compartilhamentos e interações, como visualizações no feed e stories), como pode ser observado no gráfico abaixo:



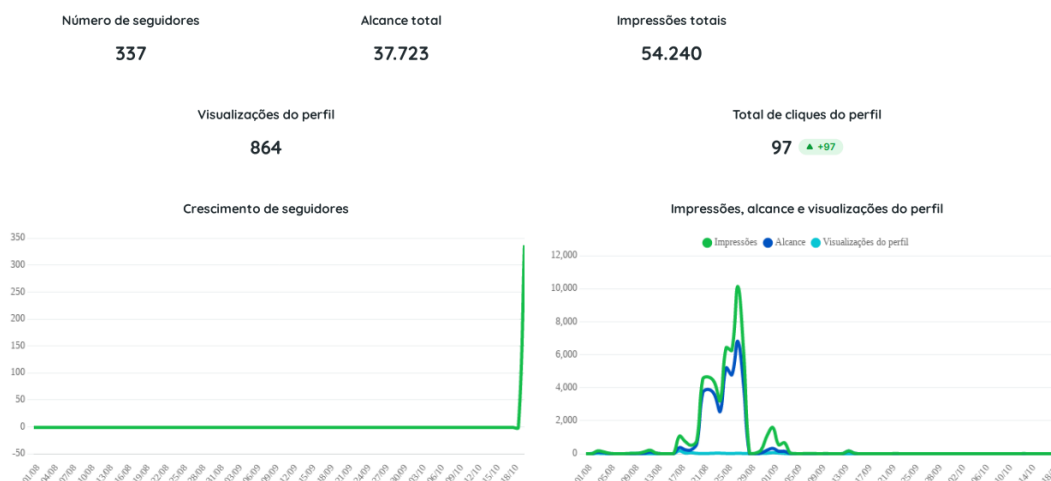


Figura 1 - Análise de desempenho de social media Relatório gerado dos dados analisados entre 01/08/2021 e 20/10/2021.

O Instagram do NAUFO foi criado para mostrar todo o trabalho feito pelo projeto até então para a universidade e para quem não pertence ao meio acadêmico, foi uma das formas mais fáceis na divulgação do projeto, essa conta também tem o objetivo de mostrar a importância que o som tem para o cinema e audiovisual, uma área que possui poucos profissionais no mercado e que precisa ser divulgada para que vejam o verdadeiro potencial do mesmo. Nesse projeto o trabalho em questão teve início de fato em agosto de 2021 e continua até o mês de novembro, data em que este texto está sendo escrito. Ao todo, foram feitas 9 postagens, sendo elas 7 postagens com fotos e as outras 2 com vídeo, contendo uma média de 20 a 30 likes para cada uma e atualmente a conta possui 99 seguidores.

## Considerações Finais

A tecnologia revoluciona a cada dia o cotidiano das pessoas. É importante que os projetos de extensão se aproximem das tecnologias para se tornarem mais visíveis e acessíveis para a comunidade acadêmica e comunidade em geral.

“Projetos de Extensão podem agregar pessoas dentro e fora da instituição de ensino, mobilizando profissionais de variadas áreas do conhecimento, integrados na realização de projetos coletivos. A universidade, nesse





sentido, serve como um espaço ao mesmo tempo acolhedor e com competência científica para a realização desses projetos”. (OLIVEIRA, 2019, p.11).

A utilização do Instagram na divulgação dos projetos tem como objetivo mostrar para a sociedade o resultado das ações extensionistas executadas na instituição.

### Agradecimentos

Agradecemos a Universidade Estadual de Goiás pela concessão de bolsas para alunos participantes do projeto.

### Referências

DEMEZIO, Carla; SILVA, Danilo; RODRIGUES, Dhonnata; OLIVEIRA, Gabriela; BARBOSA, Karolayne; MELO, Cristianne. **O Instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-2344-1.pdf>

ROCK CONTENT. **Marketing no Instagram: o guia da RockContent**. [2013-2018]. Disponível em: [https://cdn2.hubspot.net/hubfs/355484/Marketing\\_no\\_Instagram\\_-\\_O\\_guia\\_da\\_Rock\\_Content1.pdf?t=1460157907561&utm\\_source=hs\\_automation&utm\\_medium=email](https://cdn2.hubspot.net/hubfs/355484/Marketing_no_Instagram_-_O_guia_da_Rock_Content1.pdf?t=1460157907561&utm_source=hs_automation&utm_medium=email). Acesso em: 07 de nov. de 2021.

ESPÍRITO SANTO. Thais Rodrigues Oliveira. Universidade Estadual de Goiás. **A experiência do projeto de extensão NAUFO na inserção de profissionais no cinema goiano**. *Revista Guará*, Vitória, Es, v. 1, n. 11, p. 09-20, 07 ago. 2019. Semestral. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/guara/article/view/21029/18277>. Acesso em: 23 nov. 2021.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE GOIÁS. Campus Goiânia - Laranjeiras. Projeto Pedagógico do Curso de Bacharelado em Cinema e Audiovisual. Goiânia, 2015

