

PRÁTICAS TRANSMÍDIA DE EDUCOMUNICAÇÃO NA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

Rafael José BONA (Furb)¹

Resumo

A convergência midiática e as narrativas transmídia vêm transformando os modos de produção, circulação e interação com conteúdos audiovisuais, o que impacta diretamente as práticas de comunicação na contemporaneidade. Nesse cenário, o projeto de extensão *Plug in*, em execução desde 2001, do curso de Publicidade e Propaganda da Furb (Universidade Regional de Blumenau), configura-se como espaço formativo que articula comunicação, tecnologia e participação social por meio da produção de vídeos e conteúdos digitais. O artigo tem como objetivo analisar as práticas transmídia e educacionais desenvolvidas pelo projeto, com foco nas ações realizadas em 2024 e 2025. A pesquisa caracteriza-se como documental, descritiva e qualitativa, baseada no relato e análise de experiências. Os principais achados evidenciam que as práticas ampliaram a inserção do projeto no ecossistema digital, fortaleceram a integração entre ensino e extensão e promoveram o engajamento do público com conteúdos regionais e educativos. Considera-se que o *Plug in* reafirma seu papel como ambiente de experimentação audiovisual e aproximação entre universidade e comunidade, destacando o potencial da transmídia e da educomunicação para a formação crítica e prática de estudantes de comunicação.

Palavras-chave: Transmídia; Educomunicação; Extensão universitária.

Abstract

Media convergence and transmedia storytelling have been transforming the modes of production, circulation, and interaction with audiovisual content, directly impacting contemporary communication practices. In this context, the Plug in extension project, developed since 2001 within the Advertising course at Furb (Universidade Regional de Blumenau), constitutes a formative space that articulates communication, technology, and social participation through the production of videos and digital content. This article aims to analyze the transmedia and educative practices developed by the project, focusing on the actions carried out in 2024 and 2025. The research is characterized as documentary, descriptive, and qualitative, based on the reporting and analysis of experiences. The main findings indicate that these practices expanded the project's presence within the digital ecosystem, strengthened the integration between teaching and extension activities, and promoted public engagement with regional and educational content. It is concluded that Plug in reaffirms its role as an environment for audiovisual experimentation and for fostering closer ties between the university and the community, highlighting the potential of transmedia and educommunication for the critical and practical education of communication students.

Keywords: Transmedia; Educommunication; University extension.

¹ Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP), docente do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Regional de Blumenau (PPGE/Furb) e dos cursos de graduação da Furb e da Univali. Líder do grupo de pesquisa Edumídia (Furb/CNPq). E-mail: rbona@furb.br

INTRODUÇÃO

A narrativa transmídia possibilita que histórias e informações sejam distribuídas de forma complementar, estimulando a participação ativa dos sujeitos na construção de sentidos. Ao considerar a transmídia como um fluxo de informação entre diferentes suportes, conforme aponta Santaella (2018), torna-se necessário refletir sobre a natureza do que efetivamente transita nesses processos. O que circula é a linguagem, compreendida como texto em sentido ampliado, capaz de integrar múltiplos sistemas semióticos. Nesse contexto, a narrativa transmídia configura-se como um espaço de articulação entre códigos diversos, promovendo experiências estéticas, cognitivas e comunicacionais mais complexas.

No cenário da cidade de Blumenau, Santa Catarina, a Universidade Regional de Blumenau (Furb), fundada em 1964, destaca-se pela articulação entre ensino, pesquisa e extensão, visando à formação de profissionais alinhados às demandas sociais, culturais e econômicas da região. O curso de Publicidade e Propaganda, criado em 1991, vem desenvolvendo iniciativas que aproximam a comunidade de discussões e práticas contemporâneas da comunicação. Inserido nesse contexto, o projeto de extensão *Plug in*, em execução desde 2001, dedica-se, atualmente, à produção de conteúdos audiovisuais transmídia que conectam universidade, mercado e sociedade. Sua proposta busca integrar saberes de comunicação publicitária e educação em práticas colaborativas, contextualizadas e sintonizadas com transformações tecnológicas e demandas do desenvolvimento regional.

Passadas mais de duas décadas de atuação contínua na produção de conteúdos de mídia educativa vinculados à publicidade, emergem desafios relacionados à adaptação às novas dinâmicas de consumo, à ampliação de espaços de interação com o público e ao fortalecimento de práticas que ampliem o impacto social da comunicação universitária. Nesse contexto, torna-se fundamental refletir sobre as ações extensionistas do *Plug in* para compreender como o projeto tem respondido às transformações do audiovisual, especialmente em sua transição da televisão para os ambientes digitais e para a lógica das narrativas transmídia e da educomunicação.

Ao tratar desse campo, Citelli (2008) compreende o educador como um agente que atua na interface entre comunicação e educação, podendo transitar por

diferentes espaços e linguagens. Não se restringe à figura do professor, mas inclui profissionais que desenvolvem conteúdos e tecnologias capazes de gerar aprendizado, como jornalistas engajados na elaboração de programas educativos ou criadores de produtos interativos que facilitam o acesso a informações e saberes. Sob essa perspectiva, o *Plug in* se caracteriza como um espaço em que estudantes e docentes experimentam modos de articular práticas comunicacionais com processos formativos, ampliando o alcance da universidade por meio de produtos audiovisuais que circulam em múltiplas plataformas.

Diante desse cenário, o presente artigo tem como objetivo analisar as práticas transmídia e educacionais do projeto de extensão *Plug in²*, do curso de Publicidade e Propaganda da Furb, com foco nas ações desenvolvidas em 2024 e 2025. A análise busca evidenciar como o projeto vem estruturando sua trajetória, estratégias e contribuições para a relação entre universidade e comunidade, dialogando com os novos modos de produção, circulação e participação no ambiente audiovisual contemporâneo.

EDUCOMUNICAÇÃO

A educomunicação tem sido reconhecida por diferentes pesquisadores como um campo emergente de reflexão e atuação profissional, voltado à formação de sujeitos capazes de transitar entre comunicação e educação. Embora o termo já fosse mencionado na década de 1980 por Mário Kaplún, foi ao longo do tempo ampliado e reformulado, consolidando-se como área em expansão no cenário acadêmico e social (Citelli, 2008).

Nesse contexto, o educador é compreendido como um agente com potencial transformador, cuja atuação articula saberes desses dois campos, podendo intervir tanto em espaços formais de ensino quanto em práticas descentralizadas, como produção de conteúdos midiáticos, educação a distância e projetos educativos diversos (Citelli, 2008). Autores que analisam criticamente essa relação destacam que comunicação e educação possuem trajetórias históricas, funções sociais e dispositivos próprios, não se tratando apenas do uso instrumental dos meios, mas do reconhecimento de sua participação ativa nos processos formativos (Soares, 2011).

² Financiado pelo Edital Propex Daex 19/2023 – Apoio à extensão/ Universidade Regional de Blumenau, biênio 2024-2025.

A educomunicação, assim, configura-se como um conceito multifacetado e transdisciplinar, que reúne práticas pedagógicas participativas, diálogo, autoria e engajamento crítico com as mídias, articulando também uma dimensão política voltada à democracia, aos direitos humanos e à cidadania (Taubner; Andersson; Rampazzo-Gambarato, 2025).

No âmbito aplicado, Tárzia *et al.* (2023) apresentam um método de educomunicação transmídia voltado à sustentabilidade social em comunidades de baixa renda, destacando a necessidade de integrar tecnologias digitais e recursos analógicos no cenário pós-pandemia. Os resultados indicam que essa abordagem contribui para o desenvolvimento do pensamento crítico, do engajamento colaborativo e da consciência social, configurando-se como estratégia formativa relevante para o enfrentamento da desinformação e a promoção da justiça social.

CONVERGÊNCIA E NARRATIVA TRANSMÍDIA

A narrativa transmídia tem sido amplamente discutida no campo da comunicação em articulação com o conceito de cultura da convergência, conforme proposto por Jenkins (2006, 2022), que destaca o fluxo de conteúdos entre múltiplas plataformas e a atuação cada vez mais participativa dos públicos. Nesse processo, os meios tradicionais não desaparecem, mas são ressignificados em um ecossistema narrativo interconectado, impulsionado pela circulação digital.

Scolari (2016) observa que a digitalização favorece a convergência de linguagens, a criação de espaços híbridos e novas formas de produção, recepção e consumo, nas quais os meios se contaminam mutuamente. Para o autor, não há um modelo único de teoria transmídia, sendo a experiência do usuário um elemento central, e essas narrativas podem surgir tanto em grandes franquias quanto em iniciativas independentes.

A narrativa, entendida como discurso fundamental das culturas humanas, exerce papel central na formação do pensamento e das emoções, criando mundos e orientando experiências desde as narrativas míticas. Ao tratar a transmídia como circulação de informação entre mídias, Santaella (2018) ressalta que o que efetivamente transita é a linguagem, compreendida em sentido ampliado, envolvendo diferentes sistemas semióticos.

Jenkins (2006, 2022) aponta ainda que universos ficcionais podem se expandir por diferentes plataformas, nas quais cada mídia contribui de forma específica e complementar, mantendo autonomia narrativa. Ryan (2013) observa que essas narrativas variam entre expansões de produtos já populares e aquelas concebidas desde a origem para múltiplos meios, consolidando *storyworlds* integrados. Lessa (2020) acrescenta que, por se tratar de fenômeno recente, essas estratégias ainda estão em fase de experimentação na indústria do entretenimento.

Quando orientada ao público, a experiência transmídia tende a facilitar a circulação dos conteúdos, estimular a participação e ampliar o engajamento, fortalecendo a relação entre audiência e narrativa (Fabbri Júnior, 2025). Assim, as narrativas transmídia configuram-se como um modo de organização narrativa alinhado às dinâmicas comunicacionais contemporâneas, no qual diferentes meios contribuem de forma singular para a ampliação de sentidos e a circulação cultural dos conteúdos.

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

A extensão universitária constitui um princípio estruturante da formação acadêmica ao afirmar a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, consolidando-se como prática fundamental para a formação humana e para a aproximação entre universidade e sociedade. Apesar de seu respaldo em políticas e legislações, persistem desafios conceituais que impactam sua compreensão e implementação, o que reforça a necessidade de entendê-la como um processo dialógico baseado na construção coletiva do conhecimento, e não em ações unilaterais de transmissão de saberes (Krebs, 2022).

Ao longo do tempo, a extensão deixou de ser compreendida como prática assistencialista ou complementar e passou a ser reconhecida como atividade pedagógica capaz de articular teoria e prática e promover aprendizagens significativas (Coelho, 2014). Além de integrar dimensões educativas, científicas, culturais e políticas, a extensão universitária busca superar posturas hierárquicas ao reconhecer a comunidade como produtora de conhecimento. A curricularização da extensão reforça esse caráter formativo ao inseri-la no percurso acadêmico, favorecendo uma formação crítica, ética e socialmente comprometida (Lavor *et al.*, 2023).

Essa concepção dialoga diretamente com o pensamento de Paulo Freire, para quem a educação se fundamenta na comunicação e no diálogo, rejeitando práticas baseadas na mera extensão de conteúdos prontos. Nessa lógica, a extensão universitária reafirma-se como espaço de interação horizontal, valorização dos saberes populares e fortalecimento da participação social e da emancipação dos sujeitos envolvidos (Freire, 1988).

PROJETO DE EXTENSÃO *PLUG IN*

O *Plug in* surgiu em 2001 como um projeto institucional do curso de Publicidade e Propaganda da Furb, com o propósito de aproximar os estudantes da prática audiovisual por meio da produção de programas de 15 a 30 minutos exibidos na Furb TV, a televisão universitária. Nesse início, consolidou-se como uma oportunidade de formação prática, conectando o curso à emissora universitária e à comunidade regional. O projeto surgiu por meio de ideia de estudantes do curso no ano de 2000, e foi institucionalizado em 2001 pela professora Dulce Márcia Cruz, atual professora da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

Durante seus primeiros anos, o projeto funcionava com programas semanais que abordavam temas ligados à comunicação, cultura e cotidiano dos estudantes. A participação direta dos acadêmicos em todas as etapas de produção fez do *Plug in* um espaço de aprendizagem que integrava teoria e prática, contribuindo para a qualificação profissional na área de audiovisual (Patrício, 2009).

Com o avanço das tecnologias digitais e o crescimento do consumo de vídeo online, o projeto passou a disponibilizar seus conteúdos no YouTube a partir de 2006. Essa transição marcou uma mudança gradual na lógica de circulação do *Plug in*, que começou a explorar novos meios para alcançar diferentes públicos e ampliar sua presença para além da televisão universitária. Oliveira (2016) destaca que as evoluções tecnológicas transformaram o acesso ao conhecimento, que antes se concentrava no ambiente escolar e hoje pode ser produzido e divulgado por qualquer pessoa que tenha os equipamentos necessários.

Nesse cenário, plataformas digitais como o YouTube, reconhecido como o maior site gratuito de vídeos na internet, democratizam tanto o acesso quanto a produção de

conteúdos audiovisuais, possibilitando novas práticas pedagógicas e dinâmicas acessíveis. Assim, ao migrar para essa plataforma, o *Plug in* passou a integrar um contexto em que os recursos tecnológicos potencializam o aprendizado e ampliam a circulação de produtos educativos e culturais.

De acordo com Jenkins (2006, 2022) o YouTube se tornou um espaço central para a criação e circulação de mídias alternativas, marcando um ponto decisivo na transformação das lógicas tradicionais das grandes empresas de comunicação, diante do avanço de práticas participativas. Ainda assim, ele ressalta que o YouTube precisa ser visto dentro de um cenário cultural mais amplo. Isso porque a plataforma funciona como um ponto de encontro de diferentes comunidades que já produziam conteúdos independentes anteriormente, mas que passaram a estar reunidas e visíveis em um mesmo ambiente digital.

A partir de 2015, o *Plug in* deixa de ser veiculado na Furb TV e passa a adaptar sua produção às dinâmicas das redes sociais digitais, como Instagram, X (Twitter), Facebook, TikTok e YouTube. Os vídeos tornam-se mais curtos, frequentes e segmentados, acompanhando o comportamento das audiências contemporâneas, que consomem conteúdos em múltiplas telas, sob demanda e em fluxo contínuo. Essa mudança se articula com as transformações da televisão na era da convergência, conforme apontado por Arab (2021), ao destacar que os serviços de vídeo sob demanda (VoD) inauguraram uma lógica de autonomia do usuário, permitindo que ele assista aos conteúdos sob demanda, sem estar aprisionado ao fluxo estabelecido pela antiga TV.

Segundo Arab (2021), VoD designa plataformas de distribuição audiovisual via streaming que disponibilizam conteúdos mediante acesso on-line, sem necessidade de download, com catálogos amplos e organização personalizada. Além disso, tais plataformas impulsionaram novas dinâmicas de produção e circulação midiática, especialmente pela exclusividade de conteúdos, formatos seriados e personalização algorítmica do consumo. Esse movimento atinge diretamente os modelos tradicionais de broadcasting e estimula a segmentação da audiência e a oferta multiplataforma.

Nesse sentido, ao migrar de uma emissora televisiva universitária para ambientes digitais, o *Plug in* não apenas amplia seu alcance e potencial de interação com o público, como também incorpora características essenciais do ecossistema transmídia e do VoD:

flexibilidade de formatos, distribuição contínua e engajamento por meio da circulação social dos conteúdos.

Atualmente, o projeto integra a curricularização da extensão no curso de Publicidade e Propaganda, reforçando seu caráter pedagógico e colaborativo por meio da disciplina *Produção de Vídeo Publicitário* (5ª fase). Sua trajetória evidencia a capacidade de adaptação às transformações tecnológicas e às mudanças nos formatos de consumo de mídia, mantendo-se como referência regional em formação audiovisual e como espaço de aproximação entre universidade e comunidade.

De modo geral, a operacionalização do *Plug in* consiste na produção diária de vídeos sobre o universo da educação em publicidade, da cultura e do entretenimento, além da cobertura de eventos institucionais. Todo esse conteúdo é publicado em diferentes redes sociais do curso e do projeto, acompanhando as linguagens e formatos característicos de cada plataforma. Essa dinâmica torna o *Plug in* um espaço contínuo de experimentação, engajamento e formação profissional na área do audiovisual.

PROCEDIMENTOS E MÉTODOS

A pesquisa caracteriza-se como documental e descritiva, uma vez que se fundamenta na sistematização e no exame de registros e produtos de comunicação transmídia desenvolvidos no projeto de extensão *Plug in* entre 2024 e 2025, tomando como base duas práticas implementadas nesse período. Conforme Priest (2010), pesquisas descritivas são adequadas quando o propósito é observar, organizar e apresentar dados empíricos, buscando identificar tendências e características de determinado fenômeno sem manipulação do pesquisador. Isso se aplica ao presente estudo, que se dedica ao registro e à interpretação de ações formativas realizadas no âmbito do audiovisual universitário.

A abordagem adotada é qualitativa, pois opera com significados, sentidos e interpretações construídas no contexto da experiência extensionista. Nesta direção, Alonso (2016) destaca que os métodos qualitativos privilegiam a compreensão aprofundada de práticas sociais situadas, permitindo captar processos, dinâmicas e interações que não seriam evidenciados por abordagens quantitativas. Assim, a investigação parte do entendimento de que produzir conhecimento também implica

interpretar a ação social e os modos como os sujeitos se inserem em contextos reais de comunicação.

O estudo assume o formato de relato de experiência, pois descreve e analisa o desenvolvimento das ações transmídia realizadas pelo *Plug in*, seus propósitos educativos e seus desdobramentos no ensino e na interação com o público. Essa perspectiva se alinha ao caráter formativo dos projetos de extensão, nos quais a prática cotidiana é também um objeto de investigação e reflexão acadêmica.

No biênio 2024-2025, o projeto desenvolveu duas iniciativas que exemplificam sua inserção em ambientes narrativos expandidos: a produção de vídeos educativos para o TikTok inspirados no filme *O auto da compadecida* (2000, Guel Arraes) e a cobertura audiovisual transmídia da Realeza da Oktoberfest Blumenau. Tais ações configuram o corpus documental analisado, composto tanto pelos vídeos publicados quanto pelos registros institucionais que acompanharam sua produção e circulação.

As reflexões são importantes para identificar de que modo as estratégias transmídia adotadas contribuíram para processos formativos no curso de Publicidade e Propaganda, favorecendo o engajamento do público e a valorização de linguagens contemporâneas da comunicação digital.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Entre 2024 e 2025, o projeto de extensão *Plug in* desenvolveu duas práticas que evidenciam sua articulação com a lógica da convergência midiática. Ao transpor conteúdos para diferentes plataformas e estimular a participação do público, o projeto materializa o entendimento de que os meios não são substituídos, mas ressignificados na expansão narrativa entre formatos diversos, conforme discutido por Jenkins (2006, 2022). Essa abordagem também reflete o cenário apontado por Scolari (2016), no qual a digitalização cria textualidades e formas de circulação, exigindo estratégias comunicacionais mais flexíveis e de multiplataforma.

A primeira prática analisada consistiu na produção de vídeos curtos para o TikTok inspirados no filme *O auto da compadecida* (2000) uma adaptação da obra de Ariano Suassuna (1927-2014). Após a exibição da obra restaurada, em comemoração aos 20 anos do lançamento, os estudantes criaram conteúdos de um a três minutos que

retomavam elementos narrativos do filme e os relacionavam à formação em Publicidade e Propaganda. Publicados semanas antes da estreia de *O auto da compadecida 2* (2024, Guel Arraes e Flávia Lacerda), os vídeos operaram como elementos complementares a esse universo, configurando-se como extensões narrativas que expandem a história em outras mídias e incentivam diferentes portas de entrada ao conteúdo (Bona, 2021; Dias, 2022; Fabbri Júnior, 2025; Jenkins, 2006, 2022; Lessa, 2020). Lessa (2020, p. 132) diz que “a narrativa transmídia é um modo que se reconfigura a cada nova experiência realizada, a cada reinvenção”.

Enquanto o primeiro longa apresenta as aventuras de João Grilo e Chicó no sertão da Paraíba, combinando humor popular e crítica social ao acompanhar os trambiques da dupla e a intervenção divina que lhes permite sobreviver às adversidades, a continuação retoma esse universo duas décadas depois: o retorno inesperado de João Grilo desperta interesses políticos e reativa conflitos, mantendo o tom satírico e o destaque para a astúcia como forma de enfrentamento das desigualdades. Dessa forma, a prática realizada pelo *Plug in* dialoga diretamente com o lançamento cinematográfico e com a permanência cultural da obra de Suassuna, aproximando o público jovem de um clássico brasileiro por meio da linguagem dos vídeos curtos.

Ao utilizar uma obra consagrada da cultura brasileira como referência para a produção audiovisual universitária, o *Plug in* aproximou teoria e prática profissional em ambientes dinâmicos de circulação. Essa ação reforçou o caráter educacional do projeto ao estimular autoria, engajamento criativo e diálogo com o público digital, alinhando-se à noção de educação como prática transformadora e conectada às mídias contemporâneas (Citelli, 2008; Soares, 2011; Taubner; Andersson; Rampazzo-Gambarato, 2025).

A segunda prática transpôs essas dinâmicas para um contexto cultural regional: as edições 2024 e 2025 da Oktoberfest Blumenau. O *Plug in* produziu diferentes conteúdos relacionados à Realeza do evento, como bastidores, curiosidades sobre figurinos, preparativos e registros das atividades oficiais. Criada em 1984, a Oktoberfest Blumenau consolidou-se como o principal evento étnico-cultural da cidade e um dos mais importantes do turismo de eventos em Santa Catarina, articulando lazer, economia e identidade germânica. Ao longo de sua trajetória, o festejo passou por fases de forte mercantilização, mas, conforme apontam Silva, Mantovaneli Jr. e Sampaio (2012), desde

meados dos anos de 2000 há um movimento de resgate dos valores fundamentais da festa, com ênfase na cultura local, no envolvimento comunitário e na reafirmação das tradições de matriz alemã como eixo de desenvolvimento turístico regional.

No interior desse evento, o concurso anual da Realeza ocupa um lugar central na construção simbólica da Oktoberfest. A cada ano, é realizado um processo seletivo que escolhe rainha e princesas que irão representar oficialmente a festa na edição seguinte, participando de desfiles, cerimônias, viagens de divulgação e ações junto à comunidade. As candidatas são avaliadas por critérios que combinam postura, comunicação, conhecimento sobre a história da cidade e da festa, além da forma como incorporam os trajes típicos e as tradições associadas à cultura germânica. Ao acompanhar esse processo por meio de vídeos de bastidores, relatos sobre os figurinos e registros das agendas oficiais da Realeza, as produções do *Plug in* aproximaram o público universitário e a comunidade dos bastidores da governança cultural da Oktoberfest Blumenau, tornando mais visíveis os modos como identidade, território e desenvolvimento turístico se articulam no contexto blumenauense.

Essa ação também incluiu a produção do vídeo oficial da escolha da Realeza, exibido no telão do evento. A utilização simultânea de mídias digitais e telas presenciais exemplifica a complementaridade entre plataformas que caracteriza as narrativas transmídia e favorece maior imersão e participação do público (Jenkins, 2006, 2022; Lessa, 2020; Ryan, 2013).

Para além da dimensão comunicacional, essas iniciativas reafirmam a extensão universitária como prática pedagógica e espaço de aprendizagens significativas, na medida em que proporcionam aos estudantes experiências reais de criação, planejamento e circulação de conteúdos em diálogo com necessidades e contextos sociais, como defendem Coelho (2014) e Krebs (2022). A interação horizontal com o público e o reconhecimento dos saberes e vivências locais também materializam a perspectiva freireana de extensão como comunicação, em que sujeitos constroem significados coletivamente e em vínculo com o território (Freire, 1988).

Assim, ao articular produção audiovisual profissional, cultura regional e estratégias digitais, o *Plug in* demonstra sua capacidade de acompanhar transformações tecnológicas e de manter-se socialmente relevante. Suas experiências transmídia consolidam o projeto como espaço de formação crítica e prática no audiovisual, tornando

mais estreita a relação entre universidade e comunidade por meio da comunicação contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo analisou as práticas transmídia e educacionais desenvolvidas pelo projeto de extensão *Plug in* no biênio 2024 e 2025, com o objetivo de compreender de que modo suas ações fortalecem a articulação entre comunicação, formação profissional e interação com a comunidade. Os resultados demonstram que o projeto responde às transformações do cenário audiovisual contemporâneo, incorporando linguagens, plataformas e estratégias alinhadas às dinâmicas de consumo digital.

As análises evidenciam que as duas iniciativas estudadas, a produção de vídeos inspirados no filme *O auto da compadecida* para o TikTok e a cobertura audiovisual da Realeza da Oktoberfest Blumenau, revelam a integração efetiva entre ensino e extensão. No primeiro caso, a convergência entre referências culturais brasileiras e práticas de criação digital ampliou o repertório estético dos estudantes e incentivou a autoria em ambientes de circulação rápida. No segundo, a aproximação entre universidade, cultura regional e plataformas digitais reforçou a vocação comunitária da extensão universitária e a visibilidade social das ações desenvolvidas no curso.

Dessa forma, conclui-se que o *Plug in* se consolida como um espaço formativo que materializa os princípios da extensão, ao promover experiências concretas de aprendizagem e interação, estimulando o protagonismo discente na produção de conteúdos audiovisuais. As práticas analisadas demonstram também a relevância da narrativa transmídia como estratégia contemporânea de comunicação e da educação como fundamento para um processo educativo que valoriza participação, diálogo e criação coletiva.

Entre as limitações deste estudo, destaca-se a análise centrada em apenas duas práticas específicas, sem considerar aspectos de recepção do público ou mensurações sistemáticas sobre impacto formativo. Reconhece-se ainda que as conclusões decorrentes deste recorte não esgotam as possibilidades de investigação sobre o projeto e suas interfaces com diferentes territórios, plataformas e públicos.

Como caminhos futuros, recomenda-se aprofundar pesquisas que avaliem a participação dos espectadores nos conteúdos audiovisuais, que acompanhem de forma mais direta o desenvolvimento de competências profissionais nos estudantes envolvidos e que ampliem a observação das dinâmicas colaborativas estabelecidas em ações de extensão universitária. Do ponto de vista das práticas, sugerem-se parcerias com novos atores culturais e educacionais, diversificando contextos e narrativas capazes de enriquecer a formação em comunicação.

De modo geral, reforça-se que a integração entre extensão universitária, transmídia e educomunicação qualifica a vivência acadêmica em comunicação e fortalece o papel social da universidade, permitindo que ela mantenha vínculos significativos com sua comunidade e atue de forma transformadora no território em que está inserida.

REFERÊNCIAS

ALONSO, A. Métodos qualitativos de pesquisa: uma introdução. In: **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais: bloco qualitativo**. São Paulo: Cebrap; Sesc, p. 8-23, 2016.

ARAB, A. B. TV transmídia, streaming e personalização de conteúdo. In: JORNADA INTERNACIONAL GEMINIS - JIG, 4., 2021, São Carlos. **Anais [...]**. São Carlos: Universidade Federal de São Carlos, p. 1-14, 2021.

BONA, R. J. **Narrativa transmídia made in Brazil: práticas na indústria do entretenimento nacional**. Curitiba: Ed. UFPR, 2021.

CITELLI, A. O. Comunicação e educação: formação docente em uma sociedade midiática. In: MORAIS, O. J. (org.). **Tendências atuais da pesquisa em comunicação no Brasil**. Coleção Verde Amarela, v. 3. São Paulo: Intercom, p. 81-97, 2008.

COELHO, G. C. O papel pedagógico da extensão universitária. **Em Extensão**, Uberlândia, v. 13, n. 2, p. 11-24, jul./dez. 2014.

FABBRI JUNIOR, D. Transmídia. In: ARRUDA, A.; SOSTER, D. A.; ROVIDA, M. (org.). **Dicionário brasileiro de narrativas midiáticas**. Alumínio/SP: CLEA Editorial, 2025, p. 327-329.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 10ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

JENKINS, H. **Convergence culture: where old and new media collide**. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 3ª ed. São Paulo: Aleph, 2022.

KREBS, J. R. Extensão universitária no Brasil: conceitos, políticas e contradições. +E: **Revista de Extensión Universitaria**, v. 12, n. 17, e0017, 2022.

LAVOR, F. I. G.; CLEMENTINO, T. H. S.; LIMA, M. A. C.; LIMA, A. M.; LACERDA, R. R. A.; BELCHIOR, S. M. S. Extensão universitária: conceituação, fundamentos e implementação. **Journal of Multidisciplinary Sustainability and Innovation**, Iguatu, v. 1, n. 1, p. 5-11, 2023.

LESSA, R. **Seriados de TV e narrativa transmídia**: explorando o mundo ficcional de True Blood. Salvador: EDUFBA, 2020.

OLIVEIRA, P. P. M. O YouTube como ferramenta pedagógica. **Anais CIET: Horizonte**, São Carlos, v. 3, n. 1, p. 1-14, 2016.

PATRÍCIO, D. J. A teoria e a prática no programa Plug-in. In: REIS, C. (org.). **Realidade regional em comunicação**: perspectivas da comunicação no Vale do Itajaí. Blumenau: Edifurb, p. 66-75, 2009.

PRIEST, S. H. **Doing media research**: an introduction. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2010.

RYAN, M. L. Narrativa transmídia e transficcionalidade. **Celeuma**, n. 3, dez. 2013.

SANTAELLA, L. A potência expansionista da narrativa. In: MASSAROLO, J.; SANTAELLA, L.; NESTERIUK, S. (org.). **Desafios da transmídia**: processos e poéticas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, p. 66-83, 2018.

SCOLARI, C. A. A comunicação móvel está no centro dos processos de convergência cultural contemporâneos. Entrevista concedida a Alan César Belo Angeluci. **Intercom - RBCC**, São Paulo, v. 39, n. 2, p. 177-184, maio/ago. 2016.

SILVA, L. F.; MANTOVANELI JR., O.; SAMPAIO, C. A. C. Gobernanza y territorialidad en el desarrollo turístico regional: el caso del Oktoberfest en Blumenau - Brasil. **Revista de Administração Pública**, v. 21, n. 6, p. 1369-1388, 2012.

SOARES, I. O. Educomunicação: um campo de mediações. In: CITELLI, A. O.; COSTA, M. C. C. (org.). **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, p. 13-29, 2011.

TÁRCIA, L.; ALZAMORA, G. C.; CUNHA, L.; RAMPAZZO-GAMBARATO, R. Transmedia eduction communication method for social sustainability in low-income communities. **Frontiers in Communication**, v. 8, p. 1-9, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1077807>

TAUBNER, H.; ANDERSSON, P.; RAMPAZZO-GAMBARATO, R. The multifaceted landscape of educommunication: a scoping review. **Communication & Society**, p. 1-21, 2025.