



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



O JORNAL EXTENSÃO EM FOCO E SUA CONVERGÊNCIA MULTIMEIOS

Área temática: Comunicação

Nome da Instituição: Universidade Federal Fluminense (UFF)

Nome dos autores: Caio Vinicius de Macedo Goes¹; Gustavo Capris²; Cleyciara dos Santos Garcia Camello³, Santhyago Camello⁴; Maria Beatriz Costa Soares⁵; Maria Lucia Melo Teixeira de Souza⁶

¹ Universidade Federal Fluminense; Curso de Graduação em Estudos de Mídia (graduando, bolsista de extensão)

² Universidade Federal Fluminense; Curso de Graduação em Estudos de Mídia (graduando, bolsista de extensão)

³ Universidade Federal Fluminense; curso de graduação em Letras (graduanda)

⁴ Universidade Federal Fluminense; Programa de Pós-Graduação em Letras (mestrando)

⁵ Universidade Federal Fluminense; Pró-Reitoria de Extensão (coordenadora)

⁶ Universidade Federal Fluminense; Pró-Reitoria de Extensão (coordenadora)

Resumo: O jornal *Extensão em Foco* é uma ação extensionista acadêmica da Pró-Reitoria de Extensão da UFF voltada para a divulgação das atividades de extensão da Universidade. Este artigo tem por objetivo analisar o conceito de convergência midiática e a cultura de convergência aplicada ao *Extensão em Foco*, e de que modo ele se posiciona dentro desses estudos.

Palavra-chave: Jornal Extensão em Foco; cultura de convergência; mídia e tecnologia.

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:



Apoio:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



1. Introdução

Uma das funções principais da extensão universitária é possibilitar meios que integrem o conhecimento produzido e estudado pelo corpo docente e discente de uma Instituição e a comunidade na qual se insere. Para que isso ocorra, é fundamental para o órgão gestor das atividades extensionistas das instituições de ensino público superior – na Universidade Federal Fluminense, sua Pró-Reitoria de Extensão – que a sociedade tenha conhecimento sobre o que é estudado, pesquisado e produzido por seu corpo acadêmico. Contudo, constata-se que a extensão e suas atividades são uma grande incógnita tanto por grande parte das pessoas quanto por muitos dos próprios discentes da UFF. Eles não sabem ao certo definir a extensão, nem dizer o que são as ações extensionistas. Nesse sentido, o jornal *Extensão em Foco*, uma ação extensionista da Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal Fluminense, atua como um canal de divulgação e promoção de atividades e ações de extensão da UFF, tendo como público-alvo não só a comunidade acadêmica do Brasil e de países lusófonos, como também toda a sociedade.

Uma das formas de acesso ao conteúdo do jornal é por meio de sua edição física, distribuída por todas as unidades da UFF, para todas as universidades públicas do Brasil e para as instituições afiliadas à Associação das Universidades de Língua Portuguesa (AULP). Desse modo as edições impressas do jornal chegam a países como Portugal, Angola, Moçambique, Cabo Verde, Guiné-Bissau e China (Província de Macau) entre outros. A partir da necessidade de se expandir o alcance da informação e incluir os meios digitais nessa propagação, as edições do *Extensão em Foco* passaram também a ser disponibilizadas para leitura *online* nos endereços eletrônicos da UFF. Segundo Luciana Moherdau (1999), “ao final dos anos 90, entramos na era digital e estamos a frente de outro grande desafio: a internet. O limite agora é a criatividade do homem e o uso que ele pode fazer dos recursos multimídia existentes.” (MOHERDAUI *apud* ROCHA, 2014, p. 2).

Este trabalho busca analisar de que modo esses recursos e o conceito de convergência midiática e a cultura de convergência se aplicam ao jornal *Extensão em Foco*.

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:



Apoio:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



2. Material e Metodologia

Desde seu surgimento, como um informativo da Agenda acadêmica da Universidade, o *Extensão em Foco* foi gradualmente se adaptando para uma plataforma informativa mais generalista, com uma linguagem mais acessível e uma identidade visual mais convidativa e de confortável leitura. Segundo Newton Cesar, o “*jornal é um veículo formador de opinião (...). A credibilidade no meio jornal é alta porque, sendo um veículo de informação, possibilita ao leitor analisar os fatos (...).*” (CESAR, 2008, p. 62-63).

Contudo, assim como todos os grandes veículos de mídia, tornou-se necessária uma migração dos meios físicos para os digitais. Este conhecimento, chamado de cultura da convergência – onde os meios se convergem, gerando uma integração entre eles – é apontado por diversos autores como o futuro da comunicação como um todo, seja jornalística ou publicitária. Para André Rodrigues, “*a cultura transmídia contribui muito nesse sentido por possibilitar a comunicação dos mesmos conteúdos em diferentes meios (...). Entre vários meios, se pode citar como exemplo o celular.*” (RODRIGUES, 2013,p.3).

Para esta convergência, faz-se necessário estudar primeiramente para onde (em quais meios) se convergirá. Tendo como exemplos outros informativos, o fluxo natural vai ao encontro das mídias sociais (Facebook e Twitter, majoritariamente), meios digitais de acúmulo de informação (como *websites*) e na migração do físico para o digital (edições do jornal disponibilizadas *online*).

Ao longo de suas 19 edições bimestrais, o *Extensão em Foco* contou com matérias sobre ações extensionistas das mais diversas áreas do conhecimento, com entrevistados nacionais e internacionais – entre eles, o presidente da já citada AULP –, bem como uma série de reportagens sobre a história da Extensão no Brasil e no mundo.

Toda essa memória de conteúdo e divulgação das atividades extensionistas da UFF deve estar disponibilizada a todo tempo, e de fácil acesso. Além do impresso distribuído para as unidades da UFF (incluído o *campus* da Unidade Avançada José Veríssimo, no município de Oriximiná – PA, na região amazônica brasileira), faz-se necessário a presença de todo esse conteúdo em um *website* (ou *blog*), com divulgação cruzada com as redes sociais. Segundo Dahiana Araújo:

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:



Apoio:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

“Produto que hoje faz parte do cotidiano, o jornalismo online passou por alterações e segue a cada dia ganhando novos formatos, como relata a contextualização histórica (...) ao dividirem o “webjornalismo” em três gerações (...). Na primeira, o webjornalismo era uma cópia dos originais impressos disponíveis no mercado. A segunda geração é marcada pelo início da inserção de elementos característicos da web, como chats e fóruns. Na terceira geração, as empresas de comunicação passam a disponibilizar profissionais da área de comunicação exclusivamente para a atuação na Internet. (ARAÚJO, 2014, p. 8)

Assim, expandindo o conteúdo para o máximo de formas possíveis, torna-se mais fácil a difusão de conhecimentos em relação às atividades extensionistas. Cumpre ressaltar que o Jornal não assume qualquer posicionamento em seu conteúdo, mesmo tratando-se de um canal de comunicação institucional da Universidade.

3. Resultados e Discussões

O objetivo do jornal é difundir os conhecimentos extensionistas nos espaços físicos das Universidades. A distribuição de 5.000 exemplares de cada edição do Jornal distribuídos em todas as unidades da UFF é estratégia adotada para potencializar o contato com seus discentes, docentes, técnicos e demais interessados. Já o seu conteúdo *online* tem por objetivo alcançar qualquer indivíduo que busque saber mais sobre a UFF e suas ações extensionistas. Essas estratégias devem buscar uma conciliação com seu público leitor como forma de engajamento. Ainda segundo Dahiana (2014),

“Esses elementos são características do *Participatory Journalism*, uma forma [jornalística] pela qual cidadãos ou grupo de cidadãos desenvolvem uma participação ativa no processo de coleta, organização, análise e disseminação de notícias e informação.” (ARAÚJO, 2014, p. 9-10)

O Jornal não é apenas uma ferramenta de divulgação das ações de Extensão que a Universidade Federal Fluminense desenvolve (é também este um dos objetivos, porém não o único), mas um verdadeiro veículo de propagação do fazer extensionista da UFF e um importante instrumento de combate à ignorância e desinformação que parece imperar no imaginário de muitos membros da comunidade acadêmica. É desnecessário citar que

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:



Apoio:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

grande parte dos discentes passa anos frequentando as salas de aula da UFF sem sequer saber que a Universidade desenvolve ações extensionistas. Nesse caso, os meios de comunicação, sobretudo o Jornal Extensão em FOCO, retomam o significado iluminista de esclarecer e explicitar, de forma mediadora, a extensão e seu lugar social.

4. Conclusão

A Extensão Universitária surgiu com o propósito de possibilitar que um discente de uma universidade possa aplicar o conhecimento adquirido na sala de aula em comunidades em que esta instituição se insere e atua, sendo o discente – e a própria universidade – um agente transformador da realidade dessas comunidades. Para que essas transformações ocorram, é necessário a atuação efetiva e o empenho de toda a comunidade acadêmica não só nas atividades extensionistas *per se*, mas também em meios de difusão dessas atividades.

A convergência entre os meios midiáticos é o futuro e o carro-chefe desse processo. Simplificando a quantidade de pontos de contato com seu público-alvo para formas mais efetivas e com mais participação dos usuários leitores do Jornal, torna-se possível o jornalismo participativo e uma presença relevante e significativa de uma marca (no caso, o Jornal *Extensão em FOCO*) nos meios para seu público-alvo.

O Jornal já possui uma reconhecida inserção na comunidade acadêmica e vai se consolidando aos poucos como um importante veículo de difusão das atividades extensionistas da UFF. Aplicar estratégias de convergência multimeios, disponibilizar um acervo virtual de conteúdos, bem como outras medidas com o objetivo de aumentar o alcance do Jornal e estreitar sua relação com o público leitor são ações que fortalecem não só a extensão da UFF como também contribuem para corrigir os erros conceituais que vêm a reboque da falta de conhecimento e da desinformação.

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:



Apoio:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

5. Referências

ARAÚJO, Dahiana; KNEIPP, Valquíria. “Narrativa transmidiática: um estudo sobre a atualização do jornalismo como lugar de memória.” In: *XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. Anais eletrônicos...* São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2542-1.pdf>>. Acesso em 15/08/15.

BATEY, Mark. *O significado da marca: como as marcas ganham vida na mente dos consumidores*. Rio de Janeiro: Best Business, 2009.

CESAR, Newton. *Mídia impressa: como fazer um anúncio de jornal e revista*. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.

KRUG, Steve. *Não me faça pensar: uma abordagem de bom senso à usabilidade mobile e na web*. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

MIURA, Juliana; AZEVEDO, José. “A construção do conhecimento no contexto da cultura participativa”. In: *XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. Anais eletrônicos...* São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2342-1.pdf>>. Acesso em 15/08/15.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. *Projetando websites com usabilidade*. 1. ed. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2007.

ROCHA, Liana. “Mobilidade, convergência e hiperlocalismo no webjornalismo brasileiro”. In: *XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. Anais eletrônicos...* São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0627-1.pdf>>. Acesso em 15/08/15.

RODRIGUES, André; TOALDO, Mariângela. “A publicidade multiplataforma no contexto da cultura da convergência”. In: *XXXVII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. Anais eletrônicos...* São Paulo: INTERCOM, 2014. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-1334-1.pdf>>. Acesso em 15/08/15.

SIEGEL, David. *Criando sites arrasadores na Web III: a arte da terceira geração em design de sites*. 2. ed. São Paulo: Market Books, 1999.

SOUZA, Maria Lucia M. Teixeira de. *Subsídios: resgatando a memória da extensão na UFF*. Niterói: UFF/Pró-Reitoria de Extensão, 2001.

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



UFOP
Universidade Federal
de Ouro Preto

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Parceiros:



MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO

