

Tá na Rua: relato de experiência na produção de um programa transmídia voltado à conscientização e educação no trânsito¹

Evelyn Khristiny MENDES²
Maurício Aguiar SOBRINHO³
Rose Mara PINHEIRO⁴

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, MS

RESUMO

A educação no trânsito é um tema relevante para a segurança pública e o bem-estar social. Com o aumento do número de veículos e a crescente urbanização, torna-se essencial promover ações que incentivem comportamentos seguros e responsáveis nas vias públicas. Nesse contexto, o projeto de extensão "Programa de Rádio e TV para a Educação e Conscientização no Trânsito" surge como uma iniciativa multimidiática para prevenir acidentes de trânsito, por meio da produção de conteúdos informativos para TV, rádio e mídias sociais. O objetivo do artigo é relatar nossa experiência com o projeto, apresentando a importância da comunicação como instrumento de disseminação de boas práticas e de fomento ao comportamento seguro no trânsito, destacando os desafios e conquistas ao longo do desenvolvimento do projeto.

PALAVRAS-CHAVE: trânsito; multimídia; Tá na Rua; extensão; relato de experiência.

INTRODUÇÃO

O projeto de extensão "Programa de Rádio e TV voltado para Educação e Conscientização no Trânsito" foi desenvolvida em parceria entre a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), o Departamento Estadual de Trânsito (Detran), a Rede Educativa MS (Fertel) e a Fundação de Apoio à Pesquisa, ao Ensino e à Cultura (Fapec). O projeto se baseia nos pilares da Comunicação, Educação e Tecnologia, com o objetivo de criar uma rede entre as instituições parceiras para disseminar informações sobre normas de trânsito à população sul-mato-grossense.

¹Trabalho apresentado na IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Bolsista do Projeto de Extensão "Programa de Rádio e TV para a Educação e Conscientização no Trânsito", e-mail: evelyn_k@ufms.br.

³Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Ex-bolsista do Projeto de Extensão "Programa de Rádio e TV para a Educação e Conscientização no Trânsito", e-mail: mauricio_aguiar@ufms.br.

⁴Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMS, e-mail: rose.pinheiro@ufms.br.

Nesse sentido, Castro (2004) afirma que a extensão universitária Castro (2004) afirma que a extensão universitária envolve a produção de conhecimento a partir da experiência prática, sempre considerando o receptor, além do estudante e do professor. Desse modo, o projeto resultou na criação de um programa multiplataforma intitulado “Tá na Rua” em 2022, que é desenvolvido por acadêmicos de jornalismo e de outros cursos da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), incluindo diferentes campi da universidade.

Os estudantes têm a oportunidade de colocar em prática seus conhecimentos teóricos, produzir conteúdos pensando no público externo. Toda a produção é supervisionada por professores e profissionais que também fazem parte do projeto. O desenvolvimento do programa se caracteriza pela produção de conteúdos informativos para rádio, TV e mídias sociais, onde é abordado desde legislação de trânsito até comportamentos seguros.

A legislação de trânsito no Brasil, instituída no Código de Trânsito Brasileiro (CTB), estabelece regras rigorosas para a segurança viária. O CTB, criado pela Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997, é a principal referência para a regulamentação do trânsito no Brasil. As diretrizes incluem diversos temas, como normas de circulação, sinalização, infrações e penalidades. Entre as principais regulamentações estão o uso obrigatório do cinto de segurança, a proibição do uso de celular ao volante, e os limites de velocidade específicos para diferentes tipos de vias. O “Tá na Rua” utiliza esses princípios legais como base para a produção de seus conteúdos, informando e conscientizando a população sobre as normas que devem ser seguidas para um trânsito mais seguro.

Dados sobre sinistros de trânsito no Brasil mostram que o país ainda tem um caminho longo pela frente, quando o assunto é segurança viária. De acordo com a Polícia Rodoviária Federal, em 2023, foram registrados cerca de 3.597 sinistros de trânsito causados pela ingestão de álcool dos motoristas, resultando em 176 vítimas fatais e 3.048 feridos. Com base em dados como este, o programa “Tá na Rua” foca em produções multimidiáticas para abordar temas que precisam da atenção do público.

O programa de rádio, por exemplo, é transmitido semanalmente e alcança uma audiência diversificada, visto que é veiculado na Rádio Educativa UFMS 99.9⁵ e Rádio

⁵Rádio Educativa UFMS 99.9. Acesse em: <https://www.ufms.br/radio-educativa/>

Educativa FM 104.7⁶, abordando temas relevantes e atuais sobre trânsito, numa linguagem jovial, divertida e objetiva. Visto que o público é diverso. Os podcasts complementam essa iniciativa, permitindo que os ouvintes acessem o conteúdo a qualquer momento, o que aumenta o alcance e a eficiência das mensagens educativas.

O projeto também inclui a produção e publicação de informações sobre trânsito e dicas de segurança no Instagram. O conteúdo é veiculado também com base nos dados divulgados por instituições vinculadas ao Sistema Nacional de Trânsito (SNT), e a legislação de trânsito. Os posts do Instagram é todo pensado e criado por bolsistas, desde a diagramação de cada card até a ordem de publicação, para que haja coerência com a veiculação dos programas de rádio e TV. Além disso, também são compartilhados os bastidores das produções, como as gravações dos podcasts, programa de tv, reportagens na rua, proporcionando uma visão transparente de todo o processo.

Além das iniciativas em rádio, podcast e redes sociais, o projeto inclui um programa de TV que é veiculado todas as quartas-feiras, na Rede Educativa MS no canal 4.1. Assim como no rádio e podcast, o programa da TV “Tá na Rua” é focado em temas sobre trânsito, apresentando entrevistas com especialistas, reportagens sobre segurança viária e quadros interativos com dicas práticas para motoristas e pedestres. Os programas de TV são veiculados disponibilizados na plataforma YouTube⁷. O envolvimento dos estudantes no projeto "Programa de Rádio e TV para a Educação e Conscientização no Trânsito" não só contribui para a formação acadêmica e profissional deles, mas também desempenha um papel importante na promoção de um trânsito mais seguro.

Para a realização do projeto, é utilizado uma abordagem metodológica baseada na pesquisa bibliográfica. Os participantes envolvidos no projeto realizaram um levantamento de dados e pesquisas utilizando principalmente documentos oficiais, como o Código de Trânsito Brasileiro (CTB), e relatórios de órgãos oficiais de trânsito, incluindo DETRAN, Polícia Rodoviária Federal (PRF) e o Observatório Nacional de Segurança Viária (ONSV). Esses documentos fornecem informações sobre o trânsito, permitindo compreender o panorama atual e definir os conteúdos do projeto. Assim,

⁶Rádio Educativa 104.7. Acesse em: <http://www.portaldaeducativa.ms.gov.br/educativa-fm/>

⁷Programa Tá na Rua. Acesse em:

<https://www.youtube.com/watch?v=rZWaNiO1YVE&list=PL5stPRf6JY-lYbXbWTip6DrqfrykFR512>

garantimos uma base teórica, que buscou alinhar rádio, TV e mídias sociais com as práticas de conscientização e educação no trânsito.

A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA EDUCATIVA

Pensar o conceito de trânsito mostra que a mobilidade viária não é uma atividade individual, mas sim um sistema composto por diversos agentes, como pedestres, ciclistas, motociclistas, automóveis e até mesmo animais. Neste contexto, o individualismo dificulta a segurança coletiva nas vias, tornando o trânsito sinônimo de perigo. Desse modo, investir em educação para a população sobre os impactos que a falta de senso coletivo pode causar se torna uma solução viável, a fim de contribuir para uma melhoria na qualidade de vida e no bem-estar social (Jornal da USP, 2018).

Segundo o capítulo VI do Código de Trânsito Brasileiro, o artigo 77 afirma que “No âmbito da educação para o trânsito, caberá ao Ministério da Saúde, mediante proposta do Contran, estabelecer campanha nacional para esclarecer condutas a serem seguidas nos primeiros socorros em caso de sinistros de trânsito”. Este *caput* destaca a importância de promover campanhas de conscientização como medida para educação no trânsito. Por conseguinte, a comunicação se mostra essencial para disseminar informações relevantes sobre trânsito e estimular mudanças comportamentais necessárias para a segurança viária.

McLuhan (1964) afirma que "o meio é a mensagem", destacando que a forma de transmissão influencia a percepção e o comportamento dos indivíduos. No contexto do trânsito, a eficácia das campanhas educativas varia com o meio utilizado. A TV, com suas imagens e sons, podem destacar mensagens educativas, enquanto a internet oferece interatividade.

Por meio de plataformas online e redes sociais, os usuários não só recebem informações, mas também podem compartilhar experiências e debater sobre os assuntos, o que permite maior engajamento do público (Galli, 2002).

Pode-se dizer que a Internet [...] proporciona a interação entre locutor e interlocutor, uma vez que, na rede, qualquer elemento adquire a possibilidade de interação, havendo interconexões entre pessoas dos mais diferentes lugares do planeta, facilitando, portanto, o contato entre elas, assim como a busca por opiniões e idéias convergentes (Galli, 2002, p.4)

Desta forma, tanto McLuhan (1964) quanto a abordagem de Galli (2002) destacam não apenas a importância do conteúdo da mensagem, mas também do meio pelo qual ela é transmitida. Escolher de forma adequada o meio de comunicação para cada mensagem — como informações educativas sobre trânsito — não apenas melhora a mensagem a ser transmitida, mas também facilita a possibilidade de uma interação mais próxima entre os indivíduos e maior conscientização sobre as responsabilidades relacionadas à segurança viária.

EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

A extensão universitária, conforme definida pela Política Nacional de Extensão, é caracterizada como um “processo acadêmico definido e efetivado em função das exigências da realidade, além de indispensável na formação do estudante, na qualificação do professor e no intercâmbio com a sociedade” (Fórum de Pró-Reitores das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras, 2012, p. 9). Além disso, o Fórum de Pró-Reitores das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras aponta que a extensão universitária deve contribuir para a solução dos problemas sociais no Brasil, contribuir para a elaboração e fiscalização de políticas públicas e possibilitar novos meios de produção e divulgação de conhecimentos.

O projeto ‘Tá na Rua’ é, portanto, categorizado como uma ação de extensão. Sua produção é pensada não apenas para a comunidade acadêmica, mas principalmente para a população em geral. Segundo a pesquisadora Deus (2020), professores de cursos de Jornalismo integrantes do Grupo de Pesquisa Atividades de Extensão do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo concluíram que “depois de horas de debate, foi de que todo estudante de jornalismo, durante a sua formação, deveria realizar uma atividade de Extensão para ser um jornalista mais completo, pois assim terá um aprendizado confrontado com a realidade” (Deus, 2020. p. 21). Sendo assim, a extensão acadêmica é necessária nas faculdades de Jornalismo, já que possibilita aos estudantes a experiência de produção prática pensada e voltada ao público externo.

As estações de rádio e TV públicas vinculadas às universidades públicas são ferramentas extremamente importantes na instrumentalização da extensão universitária, já que podem ser utilizadas na criação de ambientes de prática laboratorial. Spenthof

(1998) define estes canais como laboratórios-emissora, pois acredita que o contato com o público não apenas motiva a produção, mas a aprimora. O autor ainda afirma que a extensão é o exercício da experimentação e da aplicação dos conceitos teóricos aprendidos pelo estudante.

Além disso, Spenthof (1998) explica que devido às características das emissoras públicas, estas permitem que o acadêmico de Jornalismo se posicione no mercado com uma produção diferenciada e alternativa àquela já produzida pelas emissoras comerciais.

É possível ao aluno competir no mercado com outra versão dos fatos, livre das restrições econômicas e políticas que normalmente impedem que os veículos comerciais se preocupem com a maioria da sociedade, privilegiando assuntos e enfoques que interessem à classe hegemônica e às fontes oficiais. Isso permite o desenvolvimento do senso crítico/profissional do aluno. (Spenthof, 1998, p. 159-160)

A extensão universitária representa para o acadêmico de Jornalismo um espaço de experimentação jornalística e propõe o desenvolvimento de um diálogo direto com a sociedade. Neste caso, o programa 'Tá na Rua' possibilita aos extensionistas o exercício da prática de produção de programas de rádio e TV voltados para a educação e conscientização da população no trânsito.

PROPOSTA TRANSMÍDIA

As três mídias se relacionam entre os temas, ou seja, assuntos tratados na rádio também são tratados nas redes sociais e TV, com o assunto se adaptando ao formato que vai ser veiculado. O conceito de transmídia pode ser entendido como a capacidade de um conteúdo a ser distribuído através de múltiplas plataformas, permitindo que cada meio contribua de forma particular e positiva para a recepção do público (Jenkins, 2009 *apud* Cerigatto, 2015). No contexto educacional, a transmídia pode ser uma ferramenta importante para a comunicação e o ensino, visto que amplia as formas de engajamento e aprendizado dos alunos. De acordo com Cerigatto (2015), o desenvolvimento de conteúdos dentro de uma perspectiva transmídia pode integrar diferentes plataformas, como a televisão e ambientes virtuais, proporcionando uma experiência mais rica.

O programa "Tá na Rua" exemplifica essa prática ao adaptar seus conteúdos para rádio, TV e redes sociais, aproveitando as características únicas de cada plataforma. No

rádio, a mensagem pode ser transmitida de forma rápida alcançando ouvintes em tempo real. Na TV, a combinação de áudio e vídeo oferece uma experiência visual que pode ser mais atrativa ao público. Já nas redes sociais, a interatividade e a possibilidade de compartilhamento imediato permitem um engajamento mais próximo e contínuo com o público.

A TV E AS REDES SOCIAIS

O projeto "Tá na Rua" ampliou seu alcance ao incluir um programa de TV, transmitido semanalmente na TV Educativa MS, canal 4.1. O objetivo principal é disseminar informações educativas sobre trânsito, complementando os esforços já realizados em rádio e redes sociais. E mesmo que a tecnologia esteja ganhando força, a importância da televisão não pode ser subestimada, como destaca Souza (2004):

A televisão é um elemento importante da vida cotidiana [...], é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar. Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum [...] eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável. (Souza, 2004 p.23).

A estrutura do programa de TV segue um formato semelhante ao da rádio, sendo exibido semanalmente às quartas-feiras, às 21h30 (horário de Mato Grosso do Sul), com uma duração média de 15 minutos. Durante este período, são apresentados quadros educativos como "Dicas de Instrutor", "Quiz sobre códigos de trânsito", "Dica de Filme", além de reportagens abordando temas sobre trânsito e incluindo entrevistas com especialistas. Logo depois da transmissão do programa pelo canal 4.1, o mesmo fica disponível no YouTube, para quem deseja rever o episódio. Sousa (2014) argumenta que a evolução tecnológica está transformando a televisão, passando do analógico para o digital. Essa mudança não afeta apenas a tecnologia, mas também altera os hábitos dos espectadores, que agora buscam mais interatividade e participação ativa.

No caso do "Tá na Rua", o programa é disponibilizado em meios diferentes, permitindo que o telespectador possa acessar o conteúdo num formato diferente e no qual for mais viável. Um exemplo é a veiculação no Youtube e presença ativa no instagram, mostrando os "bastidores" da produção do programa, essas plataformas permitem que os espectadores não apenas assistam aos episódios do programa em

horários convenientes, mas também participem ativamente por meio de comentários, compartilhamentos e interações diretas com os conteúdos educativos sobre trânsito. Neste contexto, Sousa (2014) afirma que:

A possibilidade de interagir, construir informações e fazer parte deste ambiente midiático são características que definem o processo chamado de midiatização, de forma que, cada vez mais nossas relações estão sendo tecnmediadas pelas tecnologias. Enviar uma mensagem, ir até um banco, conversar com alguém por telefone são exemplos comuns de como nos tornamos seres tecnológicos. (Sousa, 2014 p. 6)

A presença nas redes sociais não apenas complementa a transmissão na TV, mas também enriquece a experiência do espectador ao oferecer conteúdos extras, como bastidores de produção e atualizações frequentes. Essa abordagem transmidiática não só fortalece a mensagem educativa do programa, mas também cria um espaço possível de diálogo e debate.

TÁ NA RUA E O PODCAST

O primeiro produto do “Tá na Rua” a ser divulgado foi o podcast, ainda em 2022. O formato foi escolhido tendo em vista a possibilidade de alcance e propagação do podcast. O podcast surgiu da transformação nos meios de comunicação e o advento da internet. A palavra vem do termo em inglês podcasting, que surgiu da junção das palavras *broadcasting* (radiodifusão) e *pod*, que vem *iPod*, dispositivo de transmissão de áudio portátil da Apple e foi utilizada pela primeira vez em um artigo do jornal britânico *The Guardian*.

Entre os primeiros autores a publicar estudos sobre o podcasting, Crofts *et. al* (2005) apontam que o podcast marca um ponto de virada da radiodifusão massiva para a produção de áudio sob demanda e personalizada. Entre os motivos que levaram ao crescimento do podcast na década de 2010, os autores afirmam que o formato permite que os receptores acessem o produto sem qualquer restrição espaço-temporal, já que podem ouvir o podcast quando e onde quiserem.

Além disso, Crofts *et. al* (2005) indicam que o excesso de propagandas no rádio tradicional e a programação homogênea das emissoras tradicionais de rádio frustraram os ouvintes. O podcast, por ser um formato direcionado e personalizado, permite que seus produtores o construam com uma audiência em mente. “Assitimos a uma

fragmentação dos meios de comunicação tradicionais. Esta fragmentação está alimentada, em parte, pelo podcasting, uma tecnologia que permite que indivíduos compartilhem seus conhecimentos e interesses com outros” (Crofts *et. al*, 2005, p. 4). De encontro a isso, Dearman & Galloway (2005) entendem o podcast enquanto um formato disruptivo, já que os produtores podem compartilhar seus conteúdos próprios sem o filtro dos grandes meios de comunicação.

Por definição, os podcasts não são ouvidos ao vivo, mas o que perdem em imediatismo podem muito bem ganhar em intimidade. O podcasting oferece uma oportunidade para que novas vozes sejam ouvidas e pode muito bem trazer à tona novos talentos. Em todos os casos, a experiência auditiva altamente personalizada é uma faceta fundamental do apelo do podcaster (Dearman & Galloway, 2005, p. 536-537)

No entanto, os pesquisadores afirmam que, ainda na época, as grandes empresas de comunicação em massa estavam atentos ao crescimento do podcasting e começando a propor seus próprios podcast, como forma de buscar uma audiência mais variada e reverter os índices de audiência em declínio (Crofts *et. al*, 2005, p. 539). O mesmo pôde ser observado na radiodifusão pública, como aponta Madsen (2009). Segundo o autor, os serviços públicos de comunicação se adaptaram mais rapidamente e conceitualmente ao podcasting que as emissoras comerciais e comunitárias.

Madsen (2009) explica que a emissora britânica BBC foi a primeira emissora pública do mundo a produzir um podcast, e que o programa logo se tornou um dos mais populares da emissora. Segundo a BBC News, o podcast In Our Time registrou mais de 100 mil pedidos de downloads a cada semana do mês de julho de 2005 (Madsen, 2009, p. 1201). No mesmo, em 2005, a palavra podcast foi eleita a palavra do ano pela Oxford English American Dictionary.

A partir disso, Bonini (2020) explica que o podcasting evoluiu em duas direções distintas: amador, sem fins lucrativos, e o comercial, com fins lucrativos. O autor explica que entre os principais adeptos do podcasting sem fins lucrativos estão os educadores, professores e ativistas, que utilizam o formato enquanto plataforma de educação e mobilização. “Escolas secundárias, professores individuais e universidades têm estado entre os mais ativos produtores de podcasts na última década” (Bonini, 2020, p. 20)

O podcasting também está inserido em contextos educativos. Menezes, Gamboa, Brites e Oliveira (2021) utilizam como exemplo a Universidade de Oxford, a

Universidade de Harvard e a Universidade de Stanford, que disponibilizam pública e gratuitamente uma série de podcasts, que abordam diferentes temáticas e tem como público alvo não apenas os estudantes, mas também o público em geral.

A participação dos alunos não se tem restringido à posição de público ouvinte, apesar de a pesquisa parecer mostrar a prevalência de registros que consideram essa dinâmica. Os alunos assumem, noutros estudos, o papel de produtor dos conteúdos muitas vezes após exposição a podcast construído por outrem, colocando-os no centro na construção do seu próprio conhecimento e articulando-os, na prática, com aprendizagens relacionadas com a educação para os media. (Menezes, Gamboa, Brites e Oliveira, 2021, p. 5-6)

Nesse contexto, os autores destacam as possibilidades de formação e profissionalização proporcionadas pela produção de podcasts no âmbito acadêmico, em especial, nas faculdades de jornalismo, já que proporcionam não apenas o exercício das capacidades técnicas de produção, edição e locução, mas também na construção de um repertório pessoal. “Se reconhecem outros impactos no que diz respeito ao desenvolvimento de atitudes profissionalizantes e de competências pessoais e relacionais, igualmente relevantes para uma formação integral significativa e para uma futura atuação profissional na área” (Menezes, Gamboa, Brites e Oliveira, 2021, p. 14).

Escrito, apurado e produzido pelos estudantes, o podcast ‘Tá na Rua’ é estruturado a partir de um diálogo entre dois locutores, que discorrem sobre uma temática relacionada a trânsito e apresentam dados, fatos, normas ou mudanças na legislação de trânsito, dicas de condução, além de uma entrevista com um convidado e diferentes quadros, como o ‘Fala Código’, que destaca um artigo do Código de Trânsito Brasileiro, o ‘Você Sabia?’, que apresenta uma curiosidade, o ‘Causos de Trânsito’, que narra uma história de um ouvinte, o ‘Dica de Filme’, que faz uma recomendação de filme que envolva o trânsito ou a indústria automotiva.

No que tange a classificação dos podcasts, Viana e Chagas (2021) concluíram que as estruturas mais populares no Brasil são: relato, debate, narrativas da realidade, entrevista, instrutivo, narrativas ficcionais, noticiosos e remediados. Os pesquisadores destacam que essas categorias não são fixas, já que os programas podem envolver características de distintas categorias e oscilar entre elas. O podcast ‘Tá na Rua’ é um exemplo dessa flexibilidade, combinando características de relato (crônica ou narração particular), instrutivo (aperfeiçoar ou exercitar algo de interesse do ouvinte), entrevista (perguntas direcionadas a um ou mais entrevistado sobre um assunto específico) e noticioso (análise aprofundada) (Viana e Chagas, 2021, p. 11).

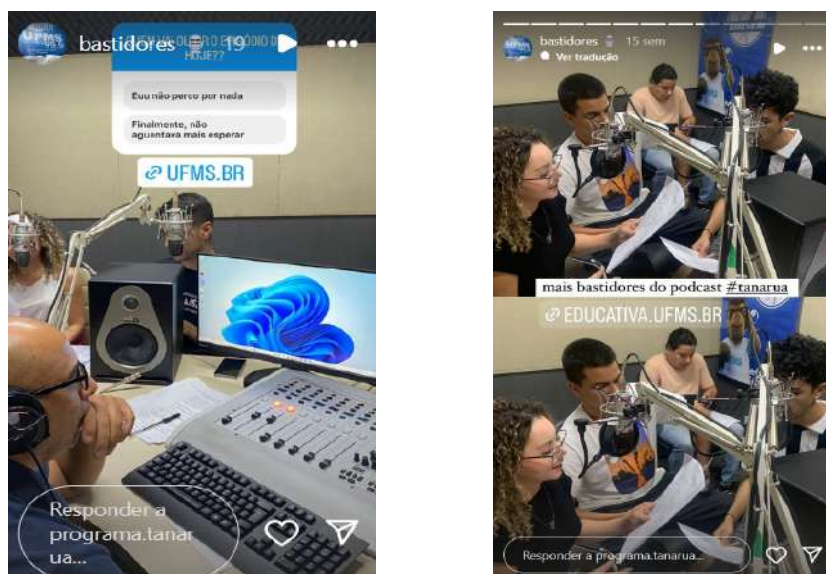
RESULTADOS

O programa “Tá na Rua” é composto por bolsistas dos cursos de Jornalismo, Audiovisual e Música. Ao todo, mais de 30 bolsistas já passaram pelo projeto e contribuíram para a produção dos programas de rádio, TV e os perfis nas redes sociais. Nesta etapa do relato, apresentaremos os resultados referente aos programas de rádio e TV, bem como do perfil no Instagram.

O podcast do “Tá na Rua” apresenta, até o momento, 86 episódios publicados. O programa, como discutido no aporte teórico, pode ser classificado como relato, instrutivo, noticioso e entrevista. Ele possui duração de 15 a 20 minutos e cada episódio é temático, trazendo um tema pertinente ao trânsito. O programa é dividido em quadros, sendo eles: Entrevista, Fala Código, Você Sabia, Causos no Trânsito, Vou de App, A Mais Bonita, Dica de Filme e Diz Aí Instrutor.

Cada episódio é apresentado por dois ou três estudantes em um formato de diálogo com linguagem quase-coloquial, visando atrair uma audiência jovem. Os estudantes se revezam na narração, produção do roteiro e dos quadros do programa. Os conteúdos são transmídia, adaptando os quadros entre o programa de rádio e o de TV.

Figura 01 – Bastidores da gravação do podcast



Fonte: Instagram

O programa de TV, por sua vez, possui 58 episódios publicados desde fevereiro de 2023 e é produzido em parceria com TV Educativa MS, que pertence ao Governo do Estado de Mato Grosso do Sul e compõe a grade da emissora. O programa segue o formato educativo-cultural e é dividido em dois blocos, somando 15 min de duração. Assim como o podcast, o programa de TV é temático, estruturado em formato de quadros e possui também um quiz interativo, que também é publicado no Instagram. O roteiro do programa de TV, bem como seus quadros e reportagens são produzidos e editados pelos bolsistas, já a apresentação é feita pela jornalista Priscila Trauer, juntamente com um bolsista do projeto.

Figura 02 – Programa de TV no Youtube



Fonte: Youtube

Em relação ao Instagram, o perfil conta 725 seguidores e 211 publicações até o momento de fechamento deste artigo. O perfil no Instagram publica cards informativos relacionados ao trânsito, bem como a adaptação dos conteúdos divulgados nos programas de rádio e TV, como os quadros Fala Código e Você Sabia, que são transformados em cards, ou os quadros Vou de App e Diz Aí Instrutor, que são reeditados para serem postados no formato de reels. Além disso, bastidores da produção dos programas de rádio e TV são postados nos Stories, com o objetivo de mostrar a rotina de produção dos estudantes.

Figura 03 – Exemplos de publicações no Instagram



Fonte: Instagram

Por meio da ferramenta Insights, do próprio Instagram, foi possível observar que o engajamento do perfil tem aumentado continuamente, com um acréscimo de 52,1% entre os seguidores nos últimos e de 13% entre os não seguidores nos últimos 90 dias. As interações com o conteúdo aumentaram 173% desde a primeira publicação no perfil. Ao todo, o número de contas alcançadas nos últimos 90 dias chegou a 8.951.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de extensão "Programa de Rádio e TV para a Educação e Conscientização no Trânsito" alcançou suas metas iniciais, como a integração entre os estudantes e a prática extensionista. Ao longo do desenvolvimento, o projeto mostrou a capacidade de engajar os estudantes na produção de conteúdos informativos e educativos em um formato transmidiático, promovendo um espaço de aprendizado prático. Um exemplo disso, é a participação ativa dos acadêmicos na produção de programas de rádio e TV, além do gerenciamento de conteúdos para o Instagram.

A abordagem transmídia do “Tá na Rua” também se destaca, visto que integrou de modo eficaz, diferentes plataformas e formatos para veiculação. Os episódios de podcast que abordam as mesmas temáticas do programa de TV, porém adaptados ao formato de áudio, enquanto o Instagram complementa com conteúdos exclusivos sobre trânsito, bem como bastidores da produção.

No entanto, é necessário aumentar a circulação e alcance do projeto para incluir mais a população em geral, principal alvo da atividade extensionista. Desse modo, serão necessárias novas estratégias de divulgação e exploração de novas plataformas e mídias, além de repensar os formatos já utilizados.

O projeto não apenas atingiu suas metas iniciais de promover a educação no trânsito e a integração estudantil, mas também estabeleceu uma base teórica e prática para futuras melhorias. A continuidade e aprimoramento dessas iniciativas são importantes para garantir a continuidade do projeto de extensão e contribuir na promoção da conscientização sobre segurança viária, e principalmente, na formação de profissionais da comunicação.

REFERÊNCIAS

BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

BRASIL. Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997. **Institui o Código de Trânsito Brasileiro**. Brasília, DF, 1997.

CASTRO, L. M. C. **A universidade, a extensão universitária e a produção de conhecimentos emancipadores**: ainda existem utopias realistas. 2004. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva, Instituto de Medicina Social Hesio Cordeiro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <https://www.bdt.d.uerj.br:8443/handle/1/21480>

CERIGATTO, Mariana Pícaro. Televisão digital e web: Uma proposta multiplataforma e transmídia para conteúdos de mídia-educação. **Cambiassu: Estudos em Comunicação**, v. 15, n. 16, 2015. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/3609>

CROFTS, S. et al. Podcasting: A new technology in search of viable business models. **First Monday**, v.10, n.9, 2005. https://www.researchgate.net/publication/220166999_Podcasting_A_New_Technology_in_Search_of_Viable_Business_Models

DEARMAN, P.; GALLOWAY, C. Putting Podcasting into Perspective. **Radio in the World**: 2005 Melbourne Radio Conference, Melbourne: RMIT University Press, 2005.

DEUS, S. **Extensão universitária**: trajetórias e desafios. Santa Maria: PRE-UFSM, 2020. Disponível em: https://www.ufmg.br/proex/renex/images/EBOOK_-_Sandra_de_Deus_-_Extensao_Universitaria.pdf

GALLI, Fernanda Correa Silveira. A linguagem da Internet: um meio de comunicação global. **LINGUAGEM DA INTERNET: um meio de comunicação global. Núcleo de Estudos de hipertexto e tecnologia educacional.** São Paulo, 2002, p.4. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/242249190_LINGUAGEM_DA_INTERNET_um_meio_de_comunicacao_global

JORNAL DA USP. **Educação no trânsito é o caminho para reduzir acidentes.** São Paulo, 2018. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/educacao-no-transito-e-o-caminho-para-reduzir-acidentes/>

MADSEN, V. M.; Voices-cast: a report on the new audiosphere of podcasting with specific insights for public broadcasting. **Communication, Creativity and Global Citizenship.** 2009. Disponível em: <https://research-management.mq.edu.au/ws/portalfiles/portal/17154626/mq-16890-Publisher+version+%28open+access%29.pdf>

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Editora Cultrix, São Paulo, 1964. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/352425/mod_resource/content/1/MCLUHAN%2C%20Mars%20-%20Os%20Meios%20de%20Comunicac%CC%A7a%CC%83o%20como%20Extens%CC%83es%20do%20Homem.pdf

MENEZES, C.; GAMBOA, M. J.; BRITES, L.; OLIVEIRA, M.; Dez minutos de conversa: Podcasting como recurso de formação multidimensional. **Comunicação Pública.** 2021. Disponível em: <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/113644?locale=pt>

SOUSA, Ana. Televisão do Futuro: A interatividade no telejornalismo em um clique. **VIII Simpósio Nacional da ABCiber.** São Paulo, 2014, p.6.

SOUZA, José. **Gêneros e Formatos na televisão brasileira.** Summus editorial, São Paulo, 2004. Disponível em: https://abciber.org.br/simposio2014/anais/GTs/ana_maria_de_sousa_pereira_198.pdf

SPENTHOF, E. L. A importância das rádios e TVs universitárias como laboratórios. **Comunicação & Informação,** Goiânia, GO, v. 1, n. 1, p. 153–166, 2013. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/22755>.

VIANA, L.; CHAGAS, L.. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. **Anais [...],** Juiz de Fora, 2021.