

O papel da extensão na democratização da educação: o uso do audiovisual como ferramenta de fortalecimento de métodos educacionais à distância orientados pela Publicidade Social¹

Iasmim Ágni do Nascimento Corrêa²
Guilherme Bento de Faria Lima³
Universidade Federal Fluminense - UFF

Resumo

Este artigo analisa os impactos educacionais do projeto de extensão “Valorização da Floresta Amazônica pelo meio audiovisual”, orientado pela Publicidade Social e pela pedagogia engajada. A partir da produção de cursos online desenvolvidos na Universidade Federal Fluminense, a iniciativa buscou democratizar o acesso à educação por meio do ensino à distância aliado à linguagem audiovisual. Os cursos, voltados para empreendedores e estudantes de diferentes áreas, utilizaram metodologias participativas e ferramentas acessíveis, como celulares e plataformas digitais. A experiência evidenciou o potencial da extensão universitária como espaço de inovação pedagógica e reflexão sobre práticas educativas comprometidas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Palavras-chave: Extensão universitária; Educação a distância; Linguagem audiovisual; Publicidade social; Pedagogia engajada.

1. Introdução

O presente artigo tem como objetivo registrar o desenvolvimento e examinar os impactos dos desdobramentos educacionais do projeto de extensão: “Valorização da Floresta Amazônica pelo meio audiovisual”, coordenado pelo Professor Guilherme Lima. Principalmente orientado pelos conceitos da Publicidade social e pela metodologia da extensão e da pesquisa-ação, o projeto, criado em 2023 no curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade Federal Fluminense, teve desde a sua origem um forte viés educacional. O projeto foi fundado em parceria com a iniciativa de turismo sustentável Rota Amazônia Atlântica⁴:

¹ Trabalho apresentado na IJ07- Comunicação e Cidadania, da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 9º Semestre, do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense– UFF, e-mail: iasmimagni@id.uff.br

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda do Instituto de Artes e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense– UFF, e-mail: guilhermelima@if.uff.br

⁴Disponível em: <https://rotaamazoniaatlantica.com.br/>. Acesso em: 09 jun. 2025.

A Rota Amazônia Atlântica é um roteiro turístico sustentável de experiência, situado no estado do Pará. Sua proposta é englobar as práticas de produção que envolvem processos tradicionais, da agricultura familiar e orgânica, passando pela agrofloresta, pesca artesanal até elementos histórico-culturais da região paraense. Atualmente, são oferecidos no site da Rota diversos pacotes com possibilidades de estadias e passeios com os parceiros. (Capela; Corrêa; Rosas, 2023, p.132).

A conexão com a Rota Amazônia Atlântica teve início no meio acadêmico, através de um primeiro contato estabelecido pela participação em oficina ministrada pelo Professor Guilherme Lima em 2019, no 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado na Universidade Federal do Pará. Sendo assim, o projeto de extensão, com sua atuação no campo da Publicidade Social, tem como premissa fundamental à sua estrutura o desenvolvimento contínuo de iniciativas educacionais, em alinhamento com o 4º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável da ONU (Organização das Nações Unidas) – Educação de qualidade⁵.

Durante seu primeiro semestre de atividades, em 2023, a partir da realização de um financiamento coletivo⁶ e da parceria com a Rota Amazônia Atlântica e o SEBRAE, o projeto de extensão levou quatro discentes e dois discentes egressos, acompanhados do professor Guilherme Lima, em expedição ao Pará. A visita de campo teve como objetivo a produção de conteúdo para as iniciativas envolvidas com o projeto, além de promover o alinhamento com a metodologia da pesquisa-ação, que, segundo Corrêa e Saldanha (2022, p. 9), “promove uma estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos [...] estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo” (Thiollent, 2003, *apud* Corrêa; Saldanha, 2022, p. 9), permitindo ao pesquisador acompanhar as dinâmicas cotidianas do lugar, participar das atividades do grupo e conhecer suas necessidades para agir internamente em cooperação.

A partir de entrevistas realizadas durante visita de campo em 2023, dois públicos-alvo principais foram mapeados para o desenvolvimento e aplicação de cursos com metodologia de ensino à distância. O primeiro deles foram empreendedores de iniciativas sustentáveis que buscavam acurar aspectos comunicacionais de seus negócios nas redes sociais. Em segundo plano, a partir da análise dos relatos, foi

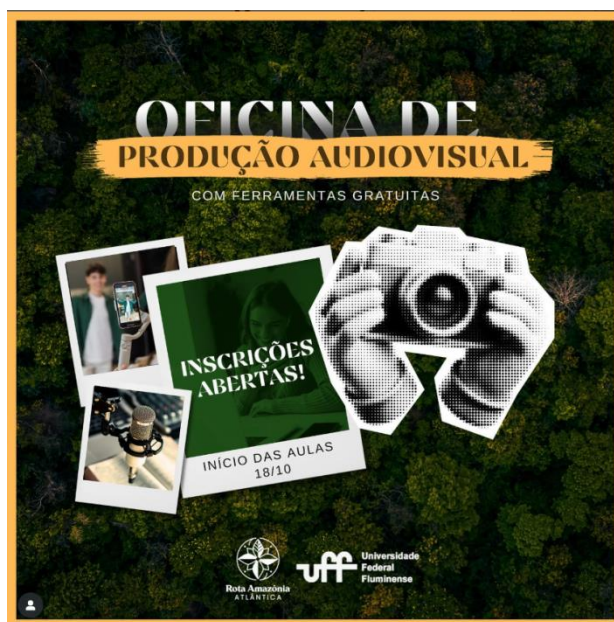
⁵ Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/4> Acesso em: 10 jun. 2025.

⁶ Disponível em: <https://portalintercom.org.br/acontece-2330/em-extensao-concebida-no-intercom-2019-estudantes-da-uff-fazem-campanha-de-financiamento-para-projeto-com-a-rota-amazonia-atlantica/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

detectada uma demanda de acesso às técnicas de produção audiovisual por alunos universitários de áreas de estudos além da comunicação, que demonstram um desejo latente em produzir conteúdos dentro de suas próprias áreas do conhecimento através da linguagem audiovisual.

Nesse sentido, foram desenvolvidos dois cursos distintos, adaptados aos seus respectivos públicos-alvo e temáticas, disponibilizados no Moodle da Universidade Federal Fluminense. O primeiro, Criação de conteúdo para redes sociais com ferramentas gratuitas, foi desenvolvido e aplicado em 2023 e a turma contou com 13 alunos, o Professor Guilherme Lima como docente principal e as alunas Iasmim Ágni e Luíza Rosas como tutoras. Em 2024 houve uma tentativa de aplicação de um segundo curso, no mesmo modelo e para o mesmo público, dessa vez sobre Produção audiovisual com o celular e ferramentas gratuitas. Entretanto, apesar dos esforços de divulgação, não houve inscrições no curso.

Imagem 1: Postagem de divulgação do curso de produção audiovisual com ferramentas gratuitas



Fonte: Instagram⁷

Após um hiato nas atividades formais do Projeto de Extensão, o desenvolvimento do segundo curso, sobre Produção Audiovisual com celular e ferramentas gratuitas, teve sua retomada no primeiro semestre de 2025, com uma

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DA3lfa-u8MM/?hl=en> . Acesso em 10 jun. 2025.

adaptação em seu público-alvo e modelo didático, o novo propósito é a divulgação durante a Semana Acadêmica da Universidade Federal Fluminense, evento que ocorre anualmente “com o objetivo de promover a integração de saberes acadêmicos junto à comunidade externa, tornando acessíveis as pesquisas e trabalhos realizados na universidade, visando também o intercâmbio de informações com outras instituições.”⁸

Ao decorrer da realização do primeiro curso, o modelo adotado contava com materiais didáticos autorais formatados em um pacote scorm⁹ e disponibilizados em pdf, além de livros, vídeos e links como material complementar, que eram discutidos em reuniões síncronas optativas semanais, depois do acesso dos alunos via Moodle. A partir da experiência vivida com a aplicação do primeiro modelo e seus resultados, como o aumento da ausência de alunos presentes nas reuniões síncronas no decorrer do curso, foi percebido uma necessidade de adaptação no formato do curso, a fim de garantir maior aproveitamento dos alunos.

Logo, durante o processo de desenvolvimento do segundo curso, de Produção Audiovisual com celular e ferramentas gratuitas, a análise dos pontos fracos durante a experiência anterior foi essencial para minimizar erros e potencializar resultados. Dessa forma, foi feita a escolha de um modelo 100% remoto, com videoaulas entre 3 e 15 minutos, hospedadas no canal de YouTube - Making UFF¹⁰ (criado por alunos do curso de Comunicação Social, em outra disciplina optativa, também ministrada pelo professor Guilherme Lima) e incorporadas na plataforma Moodle.

O grande fator diferencial no processo de adaptação dos cursos foi a nova formatação das aulas, optando pela linguagem audiovisual. Portanto, o objetivo do presente trabalho é dar início a investigação e reflexão sobre a hipótese de como o uso da linguagem audiovisual através de iniciativas de extensão, alinhada com a Pedagogia Engajada e a Publicidade Social, democratizam o acesso à educação, corroborando com a ODS 4.

2. Metodologia

⁸Disponível em: <https://www.uff.br/evento/agenda-academica-2024/> Acesso em: 09 de jun. de 2025.

⁹SCORM (*Sharable Content Object Reference Model*) é um padrão técnico que garante a compatibilidade de conteúdos educacionais com diferentes plataformas de ensino online.

¹⁰Disponível em: <https://www.youtube.com/@MakingUFF> Acesso em: 11 de jun. de 2025.

Partindo do pressuposto que o presente trabalho é uma documentação científica dos desdobramentos do Projeto de Extensão: Valorização da Floresta Amazônica pelo meio audiovisual, é de suma importância ressaltar a relevância das aplicações metodológicas da extensão durante o desenvolvimento do presente artigo, iluminado pelos conceitos de Michel Thiollent, que ressalta: “O conhecimento requerido pela extensão é co-construído e passa pelo crivo da “reflexão-na-ação” (Schoön, 2000)” (Thiollent, 2002, p.66).

Nesse sentido, o presente artigo pretende refletir, em ressonância com a aplicação da metodologia da extensão, que de acordo com Thiollent, “adquire um caráter participativo”, sobre possíveis táticas educacionais, que orientadas pelo audiovisual, colocam como premissa principal a participação ativa dos atores envolvidos para contínua adequação ao seu principal objetivo: democratização do acesso à educação de qualidade.

Documentação das atividades do Projeto de Extensão, que é principalmente guiado pela metodologia da pesquisa-ação, o artigo alinha-se a escolha metodológica do projeto na medida em que “uma das premissas da pesquisa-ação é justamente verificar periodicamente os resultados parciais ao longo do processo de capacitação, além da avaliação final dos produtos realizados.” (Corrêa; Saldanha, 2022, p.9-10)

Tal premissa motiva a escrita do presente trabalho como um relato, ainda parcial, das iniciativas educacionais promovidas pelo Projeto de Extensão que funciona como pontapé para uma futura análise melhor aprofundada sobre a eficácia das atividades e seus possíveis pontos de melhoria. Ademais, a premissa foi absorvida na metodologia do primeiro curso, ministrado em 2023, onde semanalmente os alunos entregavam atividades e recebiam feedbacks individuais sobre suas entregas. Com a coleta de resultados positivos e percepção de evolução contínua dos alunos nas entregas, a prática foi mantida na elaboração do segundo curso.

Para Stumpf (p.52), a etapa de revisão da literatura já existente sobre o assunto, é imprescindível para estabelecer bases e direcionar possíveis caminhos. Dessa forma, no presente artigo, a metodologia da pesquisa bibliográfica permite o aprofundamento acerca das aplicações da metodologia da extensão, construindo diálogos com os conceitos apresentados por Michel Thiollent (2002), além do aprofundamento acerca dos fundamentos das práticas da Publicidade Social orientadas pela pesquisa-ação fortemente baseado em trabalhos desenvolvidos previamente pelo Laccops (Laboratório

de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social), contemplando a perspectiva da Publicidade Social:

(...) que não pretende apenas tornar públicas determinadas ações comunitárias, mas visa contribuir com uma epistemologia centrada no processo de construção coletiva. Trata-se de uma ciência viva, que conta com a participação efetiva da sociedade civil nas etapas de idealização, produção e implantação de ações em prol de causas ligadas às questões humanitárias, ambientais e sociais (Corrêa & Saldanha, 2022, p.3).

Ademais, para embasar as escolhas metodológicas tomadas ao desenvolver do curso, o referencial teórico é construído a partir de diálogos com os conceitos apresentados por bell hooks no livro “Ensinando a transgredir”, no qual a autora reflete sobre a educação considerando a participação ativa dos estudantes, em diálogo com autores como Paulo Freire e Thich Nhat Han.

3. Desenvolvimento

3.1 Ensino à Distância

Levando em consideração o fato de que o Brasil é um país com território de dimensões continentais, que sob um aspecto socioeconômico, enfrenta grandes desafios no que diz respeito à democratização da educação de qualidade, a Educação à Distância (EAD) revela-se como um modelo alternativo, que demonstra grande potencial, com um aumento significativo na sua adesão, como apontado por Santos, et al. (2025), ao afirmarem que:

A Educação a Distância (EAD) no Brasil tem se consolidado como uma modalidade crescente de ensino, com um número de matrículas que, segundo diversos jornais e estudos recentes, igualou-se a de matrículas na modalidade presencial. Esse fenômeno é revelador de uma mudança significativa no cenário educacional brasileiro, refletindo transformações nas políticas públicas, nas práticas pedagógicas e nas demandas da sociedade (Santos, et. al., 2025, p.1089).

Nesse contexto, a escolha de tal método de ensino para a aplicação dos cursos mostra-se amplamente adequada, indo de encontro com um dos objetivos principais do Projeto de Extensão; a ampliação do acesso à educação de qualidade. Especialmente sob o aspecto territorial, onde

[...] a busca pela garantia do direito à educação, a utilização da EAD é apontada como forma de superação das distâncias geográficas que, em algumas situações, impedem o acesso físico a instituições de ensino (Santos, 2019, p. 191, apud Santos et al., 2025, p. 1091)

Contudo, dentro de um novo ambiente de ensino, surge a necessidade de aplicações de metodologias atualizadas que se adaptem ao contexto, a fim de garantir a eficácia do processo de aprendizagem. Visto que, dentro do ambiente virtual, presencia-se um cenário no qual: “A falta de um acompanhamento rigoroso pode resultar em um fenômeno em que a quantidade de matrículas cresce, mas a qualidade do ensino se deteriora” (Santos, et al., 2025, p.1091).

Nesta circunstância, durante o desenvolvimento dos cursos online a partir do Projeto de Extensão, a busca por atualização e adaptação de métodos educacionais foi uma realidade constante a fim da otimização dos resultados. A partir disso, a inserção da linguagem audiovisual e aplicação do conceito de Pedagogia Engajada foram fatores estratégicos.

3.2 Linguagem Audiovisual e Pedagogia Engajada

A fim de contextualizar o conceito de Pedagogia Engajada, em seu livro “Ensinando a Transgredir”, bell hooks compartilha momentos recorrentes durante sua formação acadêmica em que relata ser “assombrosamente raro encontrar professores comprometidos com práticas pedagógicas progressistas” (p. 30). Constatando que a falta de auto-atualização no meio acadêmico e nas técnicas educacionais mostrou-se um desafio na sua trajetória.

Interpretando a experiência de hooks como uma realidade ainda compartilhada pelos discentes, surge a compreensão do EAD, guiado pela Pedagogia Engajada e fortificado pela linguagem audiovisual, como uma alternativa de aumentar a autonomia e potencializar o desenvolvimento durante o processo de aprendizagem, através da aplicação de tais práticas progressistas no ambiente virtual.

A partir da compreensão do aumento da procura e adesão de métodos de EAD no atual contexto, surge a necessidade da busca por técnicas eficazes, tendo em vista que, segundo os autores: “especialistas têm destacado que, à medida que o número de matrículas cresce, também aumenta a preocupação com a perda de qualidade (...)” (Santos et al., 2025, p. 1090).

Nesse sentido, a avaliação dos métodos pedagógicos, principalmente guiados pela Publicidade Social, aplicados no primeiro curso em consonância com o aprofundamento sobre o conceito de pedagogia engajada possibilitou o aprimoramento das técnicas aplicadas nos cursos desenvolvidos, a partir da incorporação da linguagem

audiovisual, fortalecendo os benefícios do EAD: “A possibilidade de estudar de qualquer lugar e em horários adaptáveis à rotina do aluno (...)” (Santos, et al., 2025, p.1089)

Nesse sentido, a avaliação dos métodos pedagógicos, principalmente guiados pela Publicidade Social, aplicados no primeiro curso em consonância com o aprofundamento sobre o conceito de Pedagogia Engajada possibilitou o aprimoramento das técnicas aplicadas nos cursos desenvolvidos, a partir da incorporação da linguagem audiovisual, estimulando o aproveitamento pleno das possibilidades do ensino remoto.

Ao abordar o novo olhar sobre a forma de ensinar, bell hooks afirma que: “A educação como prática da liberdade é um jeito de ensinar que qualquer um pode aprender”. Nesse sentido, conseguimos ressignificar o uso de aparelhos já presentes no cotidiano e no imaginário popular, a partir da atividade de extensão, para aplicação de técnicas educacionais através de tais ferramentas.

Logo, é possível dialogar diretamente com o uso da linguagem audiovisual como tática para a publicidade social e para novas práticas educacionais, assumindo a inserção em um cenário no qual “A utilização de dispositivos audiovisuais parece ser cada vez mais comum entre jovens e adolescentes.” (Lima; Mendes; Saldanha, p. 1128, 2018), conclui-se que “é incontestável que vivenciamos processos em contínua mudança e que a maneira como pensamos e produzimos imagens também precisam ser reavaliadas.” (Lima; Mendes; Saldanha, p. 1128, 2018).

Assim, a partir da apropriação das ferramentas audiovisuais, criam-se possibilidades da aplicação de tal conhecimento para o fortalecimento de projetos, comunidades e seus ideais, como observado em artigo desenvolvido pelo Laccops, sob o viés da Publicidade Social: “através do uso dos meios de comunicação, a partir da apropriação das tecnologias de comunicação, cuja finalidade é trazer e direcionar benefícios para quem divide o mesmo espaço, mas, principalmente, para quem compartilha o mesmo ideal.” (Lima; Mendes; Saldanha, p. 1123, 2018).

Dessa forma, o segundo curso pensado pelos alunos da UFF, adaptou-se à um modelo 100% remoto, com conteúdo principal disponibilizado em formato audiovisual com aulas entre 5 e 15 minutos. Entretanto, com intuito de fomentar a relação entre tutores e alunos, foi construído um fórum de discussão, a fim de abordar questões adicionais, ainda que relacionadas às aulas, adaptando as premissas da Pedagogia Engajada ao ambiente virtual.

Para além dos fóruns, a entrega constante de pequenos exercícios intui uma primeira experiência de Produção Audiovisual, passando pelas etapas de pré, produção e pós. A temática livre dos exercícios possibilita a livre personalização para aquilo que ressoa com o discente, de forma que o trabalho durante o curso seja frutífero, impactando positivamente os alunos. Experiência que foi vivenciada no primeiro curso, no qual diversos alunos apresentaram suas atividades, conseguindo padronizar suas páginas do Instagram.

4. Considerações finais

A partir das análises e experiências apresentadas neste artigo, conclui-se que o Ensino a Distância (EAD) representa não apenas uma alternativa viável diante dos desafios territoriais e socioeconômicos brasileiros, mas também um campo fértil para a inovação pedagógica. No contexto do projeto de extensão “Valorização da Floresta Amazônica pelo meio audiovisual”, observou-se que, ao aliar a linguagem audiovisual à Pedagogia Engajada e aos princípios da Publicidade Social, é possível não apenas democratizar o acesso ao conhecimento, mas também fortalecer vínculos entre universidade e sociedade.

As práticas extensionistas adotadas revelam-se como espaços de (re)construção do saber, envolvendo múltiplos atores sociais e culturais. Como destaca Thiollent (2002), a extensão universitária deve transcender os muros acadêmicos e dialogar com os diversos públicos, promovendo escuta ativa, formação e transformação. Nesse sentido, a criação e aplicação de cursos online, especialmente voltados a públicos historicamente à margem do acesso à educação formal, demonstram o potencial da EAD como ferramenta de inclusão e cidadania.

A experiência do primeiro curso — e os ajustes metodológicos implementados no segundo — evidenciam a importância da constante avaliação e reformulação dos modelos pedagógicos. A escolha pela linguagem audiovisual, pelas videoaulas curtas e pela flexibilização do conteúdo demonstrou-se uma alternativa, ainda em processo de análise, para estimular o engajamento dos alunos e possibilitar uma aprendizagem mais significativa. A construção de espaços de troca, como fóruns e atividades práticas, também reforça a centralidade da participação ativa no processo de ensino-aprendizagem, conforme propõe a Pedagogia Engajada.

Este artigo representa, portanto, um ponto de partida para investigações futuras sobre metodologias aplicadas ao EAD com foco na extensão universitária. Os resultados parciais indicam que a Produção Audiovisual pode ser não apenas um recurso didático, mas uma ferramenta de empoderamento e expressão, aplicável a diversas áreas do conhecimento. Assim, reforça-se a necessidade da validação contínua dessas práticas, de modo que possam ser aprimoradas e replicadas em outros contextos educacionais.

5. Referências Bibliográficas

CORRÊA, I. A. N; FRANCO, B. C.; LIMA, G. B. F.; ROSAS, L. S. L.; **Empreendedorismo feminino: o protagonismo das mulheres na Rota Amazônia Atlântica**. In: COMUNICAÇÃO E POLÍTICAS CIENTÍFICAS: DESMONTE E RECONSTRUÇÃO – OLHARES DE JOVENS PESQUISADORES. 1. ed. Joinville: Editora Univille, 2024. p. 1–148. Disponível em: https://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/04_livro_comunicacao_e_politicas_cientificas.pdf. Acesso em: 9 jun. 2025.

CORRÊA, R.; SALDANHA, P. **Publicidade social transversal e pós-fotografia: um projecto de transformação em Itaboraí das Artes**. *Cadernos de Publicidade*, v. 17, n. 32, p. 187–202, 2022. Disponível em: <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/359>. Acesso em: 22 jun. 2025.

HOOKS, bell. **Pedagogia engajada: educação como prática da liberdade**. In: _____. *Ensinando a transgredir: a educação como prática da liberdade*. Tradução de Marcelo Brandão Cipolla. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013. p. 13–32.

LIMA, G. B. F.; PINTO, T. M.; SALDANHA, P. G. **LACCOPS: espaço reflexivo de compreensão da prática audiovisual como tática para publicidade social**. In: PEREIRA, Cláudia; ANTUNES, Amanda; PEREZ, Clotilde; CARVALHO, Priscila R.; TRINDADE, Eneus (Org.). *Publicidade, todo mundo usa! VII PROPESQ – Edição Carioca 2016: Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda*. São Paulo: [s.n.], 2018. v. 1, p. 1120–1136. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1p98IjVl2IO9gKSCo3sKZ8a91p06VFPk/view>. Acesso em: 9 mai. 2025.

SANTOS, Antônio Nacílio Sousa et al. Educação a distância no Brasil: caminho para a democracia e a justiça social ou expansão do mercado educacional? *Aracê*, São José dos Pinhais, v. 7, n. 1, p. 1081–1104, 2025. DOI: 10.56238/arev7n1-066. Disponível em: <https://periodicos.newsciencepubl.com/arace/article/view/2733>. Acesso em: 27 mai. 2025.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

THIOLLENT, Michel. Construção do conhecimento e metodologia da extensão. *Revista Cronos*, Natal, v. 3, n. 2, p. 65–71, jul./dez. 2002. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/cronos/article/view/15654/10730>. Acesso em: 20 jun. 2025.