

Do mapeamento da produção à análise de engajamento: um relato da jornada extensionista da diagramação e das redes sociais da Revista Fora da Caixa¹

Emmanuely Assunção²
Cauê Rinaldo Silva³
Safira Bezerra Assunção⁴
Luiz Marcelo Robalinho Ferraz⁵
Universidade Federal de Alagoas - UFAL

RESUMO

Este relato apresenta ações extensionistas na gestão de redes sociais e design gráfico da revista-laboratório Fora da Caixa de fevereiro a abril de 2025. Descrevem-se os estágios de diagnóstico, implementação laboratorial e avaliação de métricas. Por meio de abordagens iterativas e pesquisa-ação, estudantes utilizaram Canva, Photoshop e Capcut para criar webzines, carrosséis estáticos, animações interativas e reels, e a plataforma Trello para organização das demandas. A articulação entre ensino, pesquisa e extensão potencializa o acesso à informação, desenvolve competências investigativas e consolida a comunicação digital como ferramenta transformadora.

PALAVRAS-CHAVE: design gráfico; Instagram; redes sociais; Revista Fora da Caixa; revista-laboratório.

CONTEXTUALIZANDO

Revista-laboratorial do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), a Fora da Caixa foi pensada, desde o seu início, como um veículo de comunicação conectando-se com as mídias digitais. As redes sociais da Fora da Caixa (Instagram e YouTube) funcionam como “catalisadores” dessa interconexão, com o intuito de amplificar e diversificar os conteúdos produzidos. Nesta atual fase extensionista em curso, os projetos da Fora da Caixa e ela atrelados ganham uma configuração diferenciada, ao reunir colaboradores atuando de forma autônoma e criativa nas práticas propostas, buscando integrar a produção dos conteúdos e as rotinas produtivas à prática laboratorial da disciplina Laboratório de Mídia Impressa.

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025.

² Integrante do Projeto de Extensão Redes Sociais Fora da Caixa e estudante de graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), e-mail: emmanuely.assuncao@ichca.ufal.br.

³ Integrante dos Projetos de Extensão Revista Fora da Caixa e Redes Sociais Fora da Caixa e estudante de graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), e-mail: causvila@gmail.com.

⁴ Integrante dos Projetos de Extensão Revista Fora da Caixa e Redes Sociais Fora da Caixa e estudante de graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da UFAL, e-mail: safira.assuncao@ichca.ufal.br.

⁵ Professor do Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Arte da Universidade Federal de Alagoas (Ichca-UFAL) e docente permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM-UFAL), e-mail: marcelo.robalinho@ichca.ufal.br.

O Instagram da Fora da Caixa (@revista.foradacaixa) conta com atenção especial. Antes pensada quase exclusivamente às novas edições da revista, ela funcionava – como ainda funciona – na divulgação da produção derivada das reportagens produzidas pelas equipes da revista sobre o tema do mês. A partir de fevereiro de 2025 até o presente momento, com a criação do Núcleo de Redes Sociais e do Núcleo de Design Gráfico na extensão, as mídias digitais passam por uma fase de mudança, tanto no padrão estético dos produtos quanto na escolha dos assuntos abordados para os conteúdos imagéticos e audiovisuais desenvolvidos. Para este relato de experiência, focaremos nas atividades realizadas pelas equipes entre fevereiro e abril de 2025 para o Instagram no âmbito dos Projetos de Extensão Redes Sociais Fora da Caixa e Revista Fora da Caixa, este último no que diz respeito ao trabalho do design gráfico. Ambos os projetos são vinculados à Pró-reitoria de Extensão e Cultura (Proexc-UFAL).

CRIATIVIDADE E EXPERIMENTAÇÃO NA EXTENSÃO FORA DA CAIXA

As redes sociais se tornaram um palco de compartilhamento de experiências, modos de produção e consumo de conteúdo, permitindo a alteração dos modos de comportamento e o curso fluído e contínuo de informações (Rocha; Alves, 2010). O propósito das redes sociais da Fora da Caixa é contribuir para diversificar os assuntos discutidos no cenário midiático, construindo uma agenda de discussão mais diversa, plural e respeitando as diferenças e singularidades dos públicos jovem, adulto jovem que lê a Fora da Caixa e segue as mídias da revista. Em vez de limitar o enquadramento de assuntos, a ideia é expandir o olhar sobre as questões do dia a dia, buscando ser crítico, moderno, independente, ousado e, acima de tudo, respeitando a opinião dos leitores, valores defendidos pela revista.

Nas atividades de extensão realizadas, a finalidade é fortalecer e consolidar o trabalho que já vem sendo desenvolvido, aproximando ainda mais o diálogo com a sociedade, experimentando novas formas de produção para além da sala de aula e, ao mesmo tempo, mantendo a ligação com ela. A proposta é favorecer a ampliação do alcance e o impacto social das ações integradas dos projetos ao ensino e à pesquisa e no desenvolvimento dos aspectos pedagógico, formativo e organizativo, a partir das diretrizes institucionais para a extensão da UFAL (2019).

O Núcleo de Design Gráfico da Fora da Caixa apresenta-se como peça-chave na ação extensionista, sendo responsável pela diagramação e construção do padrão visual

em todas as plataformas *online*. Desde a sua criação, o projeto integra uma equipe de estudantes de jornalismo e design, que, sob supervisão acadêmica, desenvolvem e refinam layouts para *webzines*, carrosséis em redes sociais e animações interativas. Essa atuação evidencia a função extensionista, ao articular saberes técnicos e estéticos na produção de conteúdo acessível a públicos diversos, rompendo a lógica tradicional do impresso. A revista, publicada bimestralmente no formato digital na plataforma Issuu (<https://issuu.com/revistaforadacaixa>) e em perfis sociais, incorpora práticas de design centrado no usuário, alinhadas aos preceitos de Frascara (1997).

A utilização de grids responsivos e hierarquia tipográfica, embasada em estudos de Lupton (2010), garante legibilidade e coerência em telas de diferentes tamanhos. Além disso, o design adota princípios de gestalt e usabilidade, buscando maximizar o engajamento e facilitar a navegação do leitor⁶. O caráter exclusivamente digital do projeto abre espaço para metodologias ágeis, permitindo ciclos rápidos de prototipação e avaliação com base em métricas de interação (cliques, tempo de permanência, compartilhamentos). A ação extensionista, ao envolver diretamente estudantes em projetos reais de comunicação digital, reforça a conexão entre a academia e a sociedade, promovendo a democratização do acesso à informação e ao design gráfico.

A prática de design gráfico na Fora da Caixa não se restringe ao uso de ferramentas, mas insere-se no currículo por meio de oficinas e laboratórios em que se ensinam métodos de composição visual e análise de métricas de interação. Em vez do InDesign, empregamos majoritariamente o Canva, por sua interface intuitiva de arrastar e soltar e vasta biblioteca de templates gratuitos e pagos. Em casos específicos de retoque avançado, recorre-se ao Adobe Photoshop para tratamento pontual de imagens, aproveitando seus recursos de camadas e máscaras avançadas.

No plano de pesquisa, avaliamos as tendências das redes sociais e os novos padrões do feed do Instagram e do comportamento de consumo do público-alvo do produto. Os resultados orientaram ajustes contínuos dentro de uma abordagem que reforça a integração entre a atividade extensionista e a produção de conhecimento.

O trabalho de design gráfico na Fora da Caixa visa assegurar legibilidade e atratividade visual em diversos formatos digitais, refletindo a identidade jovem e

⁶ Os princípios de Gestalt reúnem leis de percepção visual — como fechamento, proximidade, similaridade e continuidade — que orientam a organização intuitiva dos elementos em composições equilibradas; já os princípios de usabilidade consistem em diretrizes centradas no usuário, que asseguram clareza, consistência e feedback adequado para tornar a navegação e a interação em interfaces digitais mais eficientes e compreensíveis.

contemporânea da revista. Entre suas metas, estão otimizar o tempo de produção de layouts, ampliar o engajamento nas redes sociais e criar teasers audiovisuais para novos projetos. O projeto também busca parcerias com coletivos culturais, espaços independentes e instituições de ensino, fortalecendo a criação colaborativa de conteúdos digitais. Essas conexões ampliam o impacto social da extensão e reforçam o caráter experimental e inclusivo da publicação.

O plano de ação compreende quatro fases: (1) diagnóstico: revisão das edições anteriores e benchmarking de webzines consolidados; (2) projeto de identidade: elaboração do manual de estilo digital (tipografia, paleta de cores, grid responsivo); (3) implementação laboratorial: aplicação iterativa do manual em edições-piloto e no redesenho do feed do Instagram; (4) avaliação e refinamento: coleta de métricas de uso e feedback qualitativo, seguida de ajustes no manual. Reuniões semanais de *feedback* entre integrantes e o coordenador permitem ajustes e aprendizado coletivo.

Além da construção visual da revista em si, a equipe de design gráfico assumiu a responsabilidade pela identidade visual das redes sociais, com ênfase no perfil do Instagram. Essa atuação incluiu o desenvolvimento de postagens estáticas e a criação de uma nova proposta de feed, mais alinhada à linguagem visual definida para a revista. A repaginação do Instagram buscou fortalecer a presença digital da publicação e estabelecer um padrão mais coerente entre o conteúdo editorial e sua divulgação online. No período mais recente, também foram criadas animações e *teasers* gráficos para o lançamento de novos projetos vinculados à revista, como o Dentro da Caixa Podcast.

As produções seguem em evolução contínua, com base no acompanhamento da receptividade do público e da prática constante da equipe. Considerando todas as produções divulgadas no Instagram da Fora da Caixa de 31 de janeiro (quando a Fora da Caixa passou a ser vinculada à extensão) a 30 de abril de 2025, foram registradas 92.175 visualizações (68,4% não seguidores e 31,6% seguidores). A atividade de engajamento no perfil é 132,2% maior que em relação ao período de 2 de novembro de 2024 a 30 de janeiro de 2025, com predominância nas visitas ao perfil (1.877).

Utilizadas como forma de criar um espaço de conexão e interesse entre o conteúdo criado e o leitor, as mídias digitais tornam-se um caminho de divulgação da marca que abre ainda mais o leque de linguagem da revista com o seu público. A criação das redes sociais e de seus conteúdos permite uma interação entre disciplinas e o

lado profissional da comunicação. Através de análises das entregas das peças criadas, é possível não só avaliar o público interessado, mas também a qualidade dos produtos criados, sendo possível correções e orientações quanto a esse processo.

No Núcleo de Redes, a formatação da entrega de conteúdo no perfil da Fora da Caixa no Instagram é organizada por ciclo de planejamento, sendo de responsabilidade compartilhada entre os estudantes matriculados na disciplina de Laboratório de Mídia Impressa e extensionistas. A partir da divisão de ciclos de publicações entre esses dois grupos, é criado o cronograma de postagens e pensado os conteúdos de composição desse planejamento. Especificamente na extensão, o núcleo se divide em subsetores (roteiro, gravação, edição, design e revisão) para fechar as ideias de conteúdo, o cronograma e as funções a serem desenvolvidas nos prazos fixados. Após a divisão e definição de metas, é iniciada a produção sob supervisão do professor-coordenador Marcelo Robalinho, responsável pela revisão do trabalho até a sua fase final.

A criação dos conteúdos do ciclo extensionista teve início em março e as publicações no Instagram foram realizadas entre 1º abril e 4 maio de 2025 (considerando a data limite de submissão deste paper). Ao todo, foram produzidas e veiculadas 12 peças, sendo sete reels e cinco peças estáticas (cards e carrosséis), que se uniram às demais produzidas em sala de aula. Todas as produções da extensão remetem ou a conteúdos de edições já publicadas na plataforma Issuu ou a conteúdos independentes da revista, mas associadas ao perfil dela. Dos 12 conteúdos mais visualizados dentre 4 de abril a 4 de maio de 2025 pelos usuários do Instagram, segundo as métricas da rede, quatro foram produzidos pela equipe de diagramação: o carrossel do Projeto de Monitoria da Fora da Caixa (4.324, em 1º lugar), o card para story sobre o episódio “Histórias de Amor e Resiliência: relatos da comunidade LGBTQIA+” do Dentro da Caixa Podcast (3.773, em 2º), vinculado à reportagem “Amor antes da luta: a comunidade LGBTQIA+ em foco multifacetado”, o Instazine dessa mesma produção (2.624, em 8º) e o card de divulgação do mesmo podcast para o feed (741, em 11º). Cinco vídeos do Núcleo de Redes Sociais figuraram também entre os 12. Entre eles, a oficina de podcast realizada em 29 de abril de 2025 (3.446, em 4º), o projeto da Fora da Caixa (2.624 no story, em 5º, e 1.602 no feed, em 6º), o Dia do Trabalhador (2.286 no story, em 6º, e 962 no feed, em 10º), a cena do rock alagoano (1.231, em 9º) e o planejamento de conteúdo para redes sociais (375 no story, em 12º).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As redes sociais são um espaço potente de debate e conexão, promovendo a aproximação do público com a sociedade. O perfil da Fora da Caixa estimula a busca por conhecimento qualificado e a ressignificação da realidade — que deixa de ser percebida como algo banal e passa a ser questionada e compreendida sob diferentes perspectivas. A mudança é um elemento essencial da existência humana e ocorre de forma constante, mas só é possível a partir do questionamento, do debate crítico e do acesso à informação de qualidade — e é exatamente isso que a Fora da Caixa na extensão se propõe a oferecer, e a aprofundar. A proposta extensionista aqui discutida garante sua continuidade e sustentabilidade, unindo ex-alunos da disciplina entusiastas da comunicação e jornalistas formados pela Universidade Federal de Alagoas.

Na extensão, a Fora da Caixa funciona como um verdadeiro laboratório de experiências e ideias, abrindo espaço para infinitas possibilidades. Permite a transformação da forma como cada pessoa de dentro e de fora (produtores e receptores) interpreta o ato de comunicar, ampliando a compreensão sobre os temas tratados e os conteúdos produzidos. Para os próximos meses, a ideia é que os Núcleos de Design e Redes possam atuar de forma propositiva, conectando mais à sala de aula na discussão dos conteúdos e na formação de multiplicadores e expandindo para iniciativas que aproximem ainda mais a sociedade dos projetos em curso.

REFERÊNCIAS

FRASCARA, J. **User-Centred Graphic Design**: Mass Communication And Social Change. Flórida, USA : 1997.

E. **Thinking with type**: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. 2. ed. Princeton, USA : Princeton Architectural Press, 2010.

_____. **Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI)**: Período 2019-2024. Maceió: Universidade Federal de Alagoas, jun. 2019.

ROCHA, Edson; ALVES, Lara Moreira. **Publicidade Online: O Poder das Mídias Digitais e Redes Sociais**. Goiânia, BRASIL: 2010.