



V SEMINÁRIO DE
EXTENSÃO
Uniube

11 E 12' NOVEMBRO

SUMÁRIO

CA001 - Agencia Experimental Ponto de Ideias. CARNEIRO, Geovanna Calaça; RIBEIRO, Luciano Paiva; BERNARDES, Matheus Ferreira; BONADIMAN, Monyque; BATISTA, Emanuel Gomes; CARRER, Maria Luiza; BORGES, Karla de Almeida.....	1
CA002 - A Importância de um média conflitos. CRUZ, Luiz Américo Mollinar da.....	2
CA003 - Nova perspectiva de humanização on-line no contexto da pandemia de Covid-19. GOMES, Giovanna Ferreira; CARVALHO, Júlia Miranda; MANSANO, Julia Teoro; CUNHA, Lara Arantes Rodrigues da; BROCHI, Luiza Miziara; FARIA, Mariana Nunes; SISCO NETTO, Rafaela Melo; SILVA, Kellen Cristina Kamimura Barbosa	3



CA001 - Agencia Experimental Ponto de Ideias

Apresentador: CARNEIRO, Geovanna Calaça
Orientador: BORGES, Karla de Almeida
Demais Autores: RIBEIRO, Luciano Paiva; BERNARDES, Matheus Ferreira; BONADIMAN, Monyque; BATISTA, Emanuel Gomes; CARRER, Maria Luiza
Instituição: Universidade de Uberaba
Curso: Graduação em Publicidade e Propaganda

O Projeto Ponto de Ideias possibilita o desenvolvimento de campanhas publicitárias e ou peças publicitárias, marcas, slogans para projetos, ações e eventos da própria Uniube, bem como da comunidade. Trata-se de um projeto que obedece a todas as etapas de uma campanha: Briefing, Pesquisa, Planejamento, Criação e Produção. Os alunos participantes têm, portanto, oportunidade de desenvolver habilidades atuando nas principais funções de um profissional dentro de uma agência de publicidade. O objetivo do Projeto é oferecer ao aluno a oportunidade de desenvolver atividades inerentes ao exercício da publicidade, sob a supervisão de professores, tendo a vivência de um trabalho desenvolvido para um cliente real. Também é objetivo do Ponto de Ideias atender a Projetos e Instituições, da comunidade local, que precisam de ações publicitárias para melhorar seu atendimento, aumentar sua visibilidade ou mesmo otimizar a eficiência da proposta. Os alunos participantes desenvolvem habilidades atuando nas principais funções de um profissional dentro de uma agência de publicidade como: atendimento, planejamento, criação, design. O Projeto é aberto a alunos do 1º ao 8º período. Para amenizar a menor bagagem técnica dos alunos, dos períodos iniciais, são oferecidas oficinas aos integrantes do projeto, antes mesmo de começar o atendimento. Posteriormente são iniciados os trabalhos com o briefing feito junto aos responsáveis pelos projetos para os quais será elaborado o planejamento de campanha. A partir daí são desenvolvidas atividades como pesquisa, planejamento e produção em grupos que serão previamente organizados entre os alunos participantes. A seguir serão descritos alguns projetos desenvolvidos durante o último período. Projeto I: Outubro Rosa; Descrição do Job: Criação de logotipo, camiseta, posts, cartaz, Outdoor. Projeto II: Novembro Azul; Descrição do Job: Criação de logotipo, camiseta, posts, panfleto, Outdoor. Projeto III: Cooperu; Descrição do Job: Criação de logotipo e Banner. Projeto IV: Asah (Associação dos Amigos dos Hipertensos de Uberaba); Descrição do Job: Criação de logotipo e aplicações. Projeto V: Liga de Anatomia Aplicada; Descrição do Job: Criação de logotipo e aplicações. Projeto VI: Projeto de Extensão Ed. Física e Medicina; Descrição do Job: Criação do nome, logotipo e aplicações. O Projeto Ponto de Ideias oferece aos alunos a possibilidade de eles vivenciarem a realidade de uma agência com atendimento a clientes reais e os prepara para processos seletivos em estágios remunerados. Essas colocações, segundo depoimento dos próprios alunos, têm sido fundamentais como auxílio para o pagamento das mensalidades do Curso. A Agência Experimental Ponto de Ideias possa ser considerada como uma preparação complementar dos estudantes que interagem com o trabalho de instituições da cidade.

Palavras-chave: publicidade e propaganda; agência experimental; mercado de trabalho.

Linha Temática: Cultura e Arte.



CA002 - A Importância de um média conflitos

Apresentador: CRUZ, Luiz Américo Mollinar da
Instituição: Prefeitura Municipal de Uberaba

A escola tem assumido responsabilidades que vão além o ensino de um conteúdo pedagógico. As resoluções de conflitos e o desenvolvimento de habilidades sociais, constituem um novo enfoque à ação didático pedagógico. Assim, para que ocorra o desenvolvimento global do educando, é importante que escola e pais trabalhem mais e melhorar a vida do educando. Fortalecer vínculo escola e família desenvolvendo nos pais e nos responsáveis o sentimento de pertencimento à Instituição escolar e de corresponsabilidade pela mesma, criando espaços de escuta e acolhimento da família e do educando. Esse projeto acontece em algumas escolas do Município de Uberaba, participei como mediador em uma unidade, atendendo alunos/pais da educação infantil ao fundamental II com a finalidade de ajudá-los com conflitos extra escola. Os alunos atendidos são os que apresentam além de dificuldades de aprendizado e disciplina, os quais demonstram conflitos familiares que impactam no rendimento escolar. Nessa proposta o professor referência passa a ser o ponto de apoio e de comunicação entre a equipe interdisciplinar e a comunidade escolar, acompanhando e dando suporte às ações programáticas que buscam responder a cada um dos objetivos. Foram atendidas em média 20 famílias, as quais obtivemos além de melhora no rendimento escolar, uma melhora no âmbito familiar. Observamos que o acompanhamento feito pelo professor referência com educandos e familiares, tem apresentado ótimos resultados. Contudo verificamos que é necessário o auxílio familiar, que vai além de escola/professor para a vida do educando e com o acompanhamento regular conseguimos resultados excepcionais. Essa é a ação escola/professor que faz a diferença.

Palavras-chave: educação; escola; família.

Linha Temática: Cultura e Arte.



CA003 - Nova perspectiva de humanização on-line no contexto da pandemia de Covid-19.

Apresentador: GOMES, Giovanna Ferreira
Orientador: SILVA, Kellen Cristina Kamimura Barbosa
Demais Autores: CARVALHO, Júlia Miranda; MANSANO, Julia Teoro; CUNHA, Lara Arantes Rodrigues da; BROCHI, Luiza Miziara; FARIA, Mariana Nunes; SISCONETTO, Rafaela Melo
Instituição: Universidade de Uberaba
Curso: Graduação em Medicina

A palhaçoterapia, desenvolvida pelo Projeto de Extensão de Humanização Circo da Saúde, possibilita, por meio de expressões artísticas e interações do Clown em ala pediátrica hospitalar, benefícios terapêuticos aos pacientes e uma formação humanizada aos acadêmicos. O Projeto que antes fazia uso esporádico do meio on-line, o tornou via exclusiva de interação com a comunidade, a qual, com as medidas de distanciamento social exigidas na pandemia do COVID-19, teve nesse momento sentimentos como angústia e medo intensificados. Assim, o Instagram passou a ser ferramenta não apenas para publicar vídeos artísticos, prosas e poesias, mas também primordial para alcançar mais pessoas, promover cuidado em saúde e levar solidariedade à população nesse momento crítico. Porém, a mudança do público-alvo para o adulto, bem como a baixa disponibilidade de estudos sobre o impacto da humanização via on-line, ainda são desafios para efetivar essa nova prática. O presente estudo tem o objetivo de avaliar a interação da comunidade nas publicações do Instagram feitas pelo Projeto. Compartilhou-se em 3 meses, no Instagram, 5 postagens. A publicação 1 foi um texto ilustrado sobre a humanização na quarentena. A publicação 2, um vídeo estilo challenge que alinhou o uso de máscara e álcool na transformação do palhaço, promovendo noções de saúde na pandemia. A publicação 3 foi um vídeo dedicado ao reconhecimento dos profissionais de serviços essenciais ao combate da pandemia e à promoção da saúde mental. A publicação 4, um texto poético e fotos com mensagem de acolhimento perante a solidão presente no momento de distanciamento. A publicação 5, divulgou a participação do Projeto no Desafio da infância da Unicef em apoio à proteção das crianças, através de montagem e poema não autoral. Realizou-se a avaliação quantitativa das variáveis curtidas, comentários e alcance para cada uma, além das visualizações para os vídeos, o que possibilitou mensurar e comparar a interação do público em cada postagem. A publicação 2 obteve 32,47% das curtidas e 51,47% dos comentários. Quanto ao alcance, não há dados da publicação 1, pois o Instagram do Projeto ainda não era uma conta comercial, mas a publicação 2 alcançou 1193 usuários, enquanto a 3, 4 e 5 alcançaram em média 751. Ao dividir as publicações em grupo 1 (foto e texto) e grupo 2 (vídeos), a média de curtidas do primeiro foi de 146 e do segundo de 224,5. Já a média de comentários no 1 foi de 16,7 e para o 2 de 43. Analisando separadamente os vídeos, a publicação 2 obteve 2013 visualizações, atingiu um desempenho 95,81% maior que a 3. Assim, o vídeo da publicação 2 foi reproduzido novamente 820 vezes, enquanto o da 3 apenas 281 vezes. A interatividade proporcionada pelos vídeos obteve melhores resultados em todas as variáveis analisadas em relação às publicações em foto e texto. Ademais, o uso de expressões artísticas e dinâmicas permitiu criar um meio de comunicação com o público e gerar maior engajamento no Instagram do Projeto.

Palavras-chave: humanização; pandemia; on-line.

Linha Temática: Cultura e Arte.