



A TRANSMIDIAÇÃO COMO FERRAMENTA DE REINVENÇÃO DO PROJETO DE EXTENSÃO JUKEBOX 800 PERANTE A CRISE DO COVID-19

Amanda da Cas, discente de graduação, Universidade Federal de Santa Maria,
Campus Sede

Amanda Pereira da Silva, discente de graduação, Universidade Federal de Santa
Maria, Campus Sede

Eduardo Melo Moura, discente de graduação, Universidade Federal de Santa Maria,
Campus Sede, eduardommoura@yahoo.com.br

Helena Reckziegel Bohn, discente de graduação, Universidade Federal de Santa
Maria, Campus Sede

Rodrigo Stéfani Corrêa, docente, Universidade Federal de Santa Maria

Com a suspensão das atividades acadêmicas presenciais na Universidade Federal de Santa Maria, em virtude da crise da Covid-19, muitos projetos de extensão em andamento na instituição tiveram que buscar novos mecanismos para se manterem ativos e produtivos. Um desses projetos é o Programa Jukebox 800, focado na promoção da produção musical independente e alternativa na rádio UniFM 107.9, que passou a voltar a sua produção de conteúdo para o meio *online*. Diante o enfrentamento das problemáticas que envolvem o novo coronavírus e que resultam no exercício remoto das funções pelos integrantes do projeto, as soluções encontradas foram a redefinição de formatos e o desenvolvimento de novas estratégias com o objetivo de captar a atenção de sua audiência e superar as limitações provenientes do distanciamento social. Em 2020, o Jukebox adaptou a estrutura do seu programa ao vivo para o formato de podcast, utilizando-se de narrativas transmídia como metodologia aplicada de trabalho, distribuindo conteúdos sobre música para além de um meio – o rádio, como era usual – explorando diversos canais com possibilidade de crescimento, de forma inédita ou adaptada. Por meio de bate-papos entre a equipe e também com a participação de convidados, a primeira temporada do Jukecast contou com 5 episódios, sendo seguida de uma segunda temporada em andamento. Todos os episódios foram veiculados nas plataformas Spotify e MixCloud. Além dos podcasts, também foi desenvolvida pela equipe a Jukelist, uma playlist atualizada semanalmente no Spotify, com lançamentos e indicações dos membros do Jukebox. A página do projeto na plataforma Medium também foi alimentada pela equipe durante o período de isolamento, com a publicação de textos e entrevistas realizadas com artistas e bandas de dentro e de fora do Brasil. A divulgação de novidades e lançamentos da música em outras mídias também ganhou a atenção da equipe, que passou a publicar, aos sábados, via *stories* do Instagram, uma sequência de vídeos apresentando as Juke News da semana. As notícias apresentadas, para além de informativas, também geraram reconhecimento dos artistas mencionados para com o projeto. As Juke News também receberam espaço no Twitter do programa, movimentando diariamente o perfil do Jukebox na rede social. Todos esses

conteúdos programados foram divulgados nas mídias do projeto de acordo com a linguagem mais adequada, compreendendo que essas adaptações, na dinâmica de uma comunicação mais fluida, interativa e multimodal, permitiriam o desenvolvimento de um ambiente mais democrático, ampliando nossa audiência, como Lévy (1999) acena; onde a qualidade da interação acontece quando todas as partes podem emitir e receber, desde que se respeitem, também, as particularidades de cada meio. O deslocamento do rádio para o meio *online* trouxe considerações importantes sobre estratégias de conteúdo que serão assinaladas neste trabalho. O Jukebox reinventou a sua presença diante do público e passou a apostar na transmídiação para manter-se na memória dos seus ouvintes. Uma narrativa transmídia pode ser entendida como “uma história expandida e dividida em várias partes que são distribuídas entre diversas mídias, exatamente aquelas que melhor possam expressar a sua parte da história” (CAMPALANS; RENÓ; GOSCIOLA, 2014, p. 09). Ou seja, para além da alimentação de suas plataformas *online*, o Jukebox dedicou-se à convergência dessas mídias como ferramenta para fixar-se no imaginário do público e transpor a função do projeto como um programa de rádio, estabelecendo-se, hoje, como um veículo de mídia em expansão. O retorno de todo esse esforço pode ser verificado em números: o Jukebox teve 65 seguidores, cerca de 910 reproduções e 400 ouvintes em seus podcasts no Spotify, dados impressionantes para um grupo que não havia explorado a função dessa plataforma até então. A quantidade de seguidores de redes sociais como Instagram, Medium e Twitter também aumentou, assim como o engajamento e a interação do público com postagens e artigos, fatores que contribuíram para o desenvolvimento de roteiros de podcast ou dos conteúdos veiculados. Por fim, foi observado que o trabalho executado conseguiu circular entre várias mídias, chamando a atenção da plataforma francesa Groover e fazendo com que conteúdos fossem replicados por artistas alternativos e independentes, com alcance nacional e internacional, contribuindo para a ampliação do público alcançado pelo projeto de extensão e das pessoas e grupos divulgados. Além da comunidade santamariense, foi possível promover a região e o espaço em que o Jukebox está incluído, dentro do ambiente virtual, por todo o território brasileiro. Todas as atividades realizadas durante o período de isolamento social, que permanece até a escritura deste texto, certamente serão preservadas no futuro do projeto, por se tratarem de desafios que acrescentaram novas possibilidades de desenvolvimento técnico e prático de funções da Comunicação Social pelos estudantes que o integram.

Agradecimentos: CNPq, UFSM.

Palavras-chave: Projeto de extensão; Narrativas transmídia; Transmídiação; Rádio Universitária; Veículo de mídia.