



Pró-Reitoria de Extensão e Cultura - PROEX



XIV ENCONTRO DE EXTENSÃO E CULTURA

INSTAGRAM: UMA FERRAMENTA PARA DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DO CURSO DE MATEMÁTICA DA UVA

Marcos Diones Alves Rodrigues¹, Márcio Nascimento da Silva²

¹Curso de Licenciatura em Matemática – UVA – Sobral CE – dionesalves3793@gmail.com

²Curso de Licenciatura em Matemática – UVA – Sobral CE – marcio_nascimento@uvanet.br

No que tange a expansão constante do uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDIC), as redes sociais têm desempenhado, crescentemente, um papel crucial no fortalecimento da comunicação institucional e engajamento social virtual no contexto acadêmico. Em vista disso, o curso de Licenciatura em Matemática da Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA) realiza, dentre as atividades do projeto de extensão “Curso de Licenciatura em Matemática da UVA: site e redes sociais”, a utilização da rede social Instagram. O perfil é voltado ao compartilhamento, divulgação e promoção da integração e comunicação informacional entre os membros da comunidade do curso e da comunidade externa. No ano de 2024, o bolsista do projeto de assessoria, sob supervisão do professor orientador, ficou responsável pelo gerenciamento do perfil na rede, produção de conteúdos, criação de artes digitais e elaboração de textos descritivos para as publicações. Neste trabalho objetiva-se analisar o engajamento de publicações no período de maio a outubro de 2024, a fim de identificar possíveis tipos de postagens com maior relevância entre os seguidores do perfil e assim aprimorar a produção de conteúdo. Foram selecionadas 80 postagens publicadas entre maio e outubro de 2024. Os dados referentes às publicações selecionadas (data de publicação, curtidas, comentários etc) foram coletados na ferramenta online Meta Business e organizados em uma planilha eletrônica no software Excel da Microsoft. Em primeiro lugar, verificou-se a descrição das postagens e, diante dos assuntos mais recorrentes entre elas, foram identificadas as seguintes categorias: Reels, “Fala Professor”, TBT’s, posts informativos e posts comemorativos. Em seguida, a fim de analisar o engajamento de cada uma das 80 publicações selecionadas, utilizou-se a metodologia proposta por Silva & Gouveia (2020), que calcula o engajamento informacional em redes sociais online com atribuição de pesos às três formas de interação (curtidas, comentários e compartilhamentos). A partir dos resultados obtidos, evidenciou-se que, o indicativo de maior engajamento ocorreu nas publicações referentes às classificações “Fala Professor” e “Reels”. Logo, é possível concluir que o trabalho da assessoria de comunicação pode focar cada vez mais em postagens que valorizem o engajamento da comunidade externa de seguidores e a publicação de vídeos dinâmicos no perfil, como forma de aprimorar os conteúdos e dar maior visibilidade às ações do curso de Matemática nas redes sociais.

Palavras-chave: Comunicação; Engajamento informacional; Redes sociais

Agradecimentos: ao Programa de Bolsas de Permanência Universitária (PBPU); à Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA); ao Laboratório de Vídeos Didáticos do Curso de Licenciatura em Matemática da UVA (LAVID).