



O TRABALHO DE COMUNICAÇÃO REALIZADO NA DIVISÃO DE ESPORTES (DIESP) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS: UM RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS PARA O PERFIL @ESPORTE.UFPEL NO INSTAGRAM

JOSIMARA MEGIATO RODRIGUES¹; MÁRCIO DE ALMEIDA MENDES²

¹*Universidade Federal de Pelotas – josimaramegiato@gmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – marciopenha.esef@yahoo.com.br*

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar as atividades desenvolvidas no setor de comunicação da Divisão de Esportes (DIESP) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) mediante conteúdos produzidos para o Instagram e ainda, produção de técnicas relacionadas a assessoria de imprensa.

É inegável a ascensão do uso das mídias sociais para informar algo a sociedades nos últimos anos. No que tange as ferramentas digitais utilizadas para isto, principalmente com relação a trabalhos de assessoria de imprensa e social media, a plataforma do Instagram domina entre as mídias utilizadas para fins de comunicação. “As próprias ferramentas da rede social mostram que a audiência de publicidade do Instagram cresceu mais de 76 milhões entre julho e setembro de 2020, atingindo um total de 1,16 bilhão de pessoas no início de outubro de 2020” (MENDONÇA, 2022, p. 11).

Levando em consideração o presente trabalho, o perfil @esporte. ufpel foi criado com intuito de informar a comunidade acadêmica acerca de assuntos relacionados as categorias, modalidades e equipes esportivas da Universidade, bem como promover integração entre os cursos através do esporte e ainda, comunicar acerca de eventos específicos com os Jogos da UFPel, realizado anualmente.

A divisão de Esportes da UFPel conta com equipes de basquete, futsal, voleibol, tênis de mesa, rugby, handebol, entre outros esportes/modalidade nos naipes masculino e feminino. Por ter uma leva extensa de atletas, um meio de comunicação para comunicar a comunidade acadêmica sobre os feitos e demais informações acerca das equipes, faz-se de suma importância.

Tendo em vista a força da plataforma do Instagram, portanto, desde a criação do perfil específico do esporte da Universidade passou-se a centralizar a comunicação acerca do tema entre os acadêmicos a partir de posts no Instagram. Um trabalho comunicacional de assessoria midiática realizado desde dezembro de 2022. A importância do trabalho de comunicação dentro da Divisão de Esporte da UFPel pauta-se nos objetivos e lemas da DIESP cujo buscam promover a integração entre equipes e cursos, aumentando a visibilidade dos times formados dentro da Universidade.

Por isso, a utilização do Instagram para desenvolver uma comunicação mais assertiva e coesa, baseia-se em fatores como público alvo e forma como os indivíduos buscam informações acerca do tema.

A comunicação dentro do âmbito esportivo da Universidade é capaz de fomentar os valores esportivos entre os interessados, bem como fortalecer o ambiente acadêmico no qual buscam por conteúdos específicos e ramificados acerca do esporte na Universidade.

No que diz respeito especificamente ao perfil da DIESP criado no final 2022,

compreende-se que mais do que resultados me números, se faz de suma importância compreender os resultados comunicacionais de forma de geral, uma vez que o mesmo estimula a busca por informações no presente perfil, quando há dúvida acerca de algum esporte relacionado a universidade.

2. METODOLOGIA

Visando o alcance do maior número de acadêmicos através do perfil específico de esportes da Universidade, utilizou-se, portanto, a plataforma do Instagram, bem como técnicas específicas relacionadas a Assessoria de Imprensa. Com base nos conceitos prévios de comunicação, a cada evento relacionando equipes esportivas eram produzidos releases não especificamente para a imprensa local, mas sim, como maior foco e centralização nos meios de comunicação da própria universidade.

Para isso, comprehende-se que a metodologia utilizada para desenvolvimento dos trabalhos de comunicação ligados a DIESP trata-se de pesquisa de ação e comunicação que uma vez desenvolvida, proporciona o conhecimento acerca do assunto para consequente o desenvolvimento de ações que envolvam a comunicação com intuito de resolver o problema apresentado (GIL, 2008). Neste caos, técnicas de comunicação a serem utilizadas como forma de ação após um longo período de pesquisa sobre o tema.

A pesquisa seguida da ação, condiz com as atividades realizadas ao longo dos trabalhos desenvolvidos no setor de Comunicação da DIESP uma vez que são ações efetuadas por etapas de acordo com uma pesquisa realizada anterior a qualquer tipo de atividade (THIOLLENT, 2008).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De dezembro de 2023 até setembro de 2023, o perfil da Divisão de Esportes da UFPel no Instagram conquistou mais de 600 seguidores. Um trabalho realizado como assessoria de imprensa do setor, o qual pautou-se em uma identidade visual bem definida e delineada, traves da exploração de aterias como fotos originais das equipes, bem como criação original de cards informativos.

Compreende-se que com a definição de uma imagem mais centralizadas e definida como a presença de cores considerados padrão dentro da DIESP e ainda, fontes e estilos, ressaltam-se as atividades desenvolvidas ao longo do período.

Além de uma maior centralização nas informações e comunicados acerca dos Jogos Universitários da UFPel 2023, é perceptível a produção de conteúdo acerca de times específicos da Universidade, bem como o desempenho e participação destas equipes em competições como os Jogos Universitários Gaúchos (JUGS).

Fig. 1.



Fonte: Instagram @esporte.ufpel

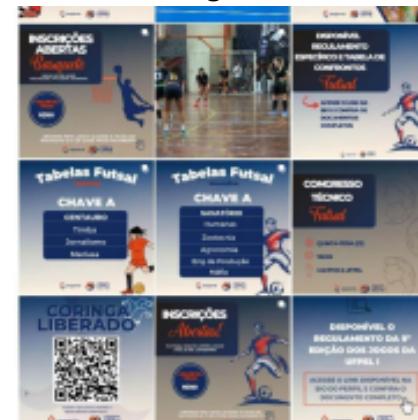
Percebe-se diante da imagem apresentada acima que já nos cinco primeiros meses de perfil no Instagram, o trabalho realizado pautou-se em uma comunicação diversificada, mas, seguindo o padrão pré-estabelecido e bem definido como a utilização das cores azul, laranja e branco. A pluralidade de conteúdo e perceptível no que tange aos elementos visuais apresentados, uma vez que além de fotos dos atletas, são divulgados card com informações em texto, tipografias e logomarca da Divisão de Esportes.

Fig. 2.



Fonte: Instagram @esporte. UFPEL

Fig. 3.



Fonte: Instagram @esporte. UFPEL

Já no período que pauta as equipes nos Jogos Universitários Gaúchos (JUGS) realizou-se uma abordagem mais humanizada na produção de conteúdos, buscando uma maior interação entre os acadêmicos. Além da utilização de ferramentas da plataforma como a criação de “rells”, buscou-se manter um padrão para divulgação dos times da Universidade com foto dos mesmos dentro de quadra e/ou ambiente de sua modalidade.

Compreende-se que a comunicação desenvolvida no perfil da DIESP da UFPel levou em considerações diferentes focos para diferentes épocas do ano.

Como mostra a imagem acima, no segundo semestres de 2023 o tema abordado e pautado no Instagram foi acerca da nona edição dos Jogos da UFPel. Neste caso, entende-se que as publicações e matérias desenvolvidos não buscavam objetivos de interação e humanização de conteúdo, mas sim, intenção informativa tendo em vista que as postagens faziam relação com informações importantes as equipes e atletas da universidade interessados no campeonato.

É de suma importância, portanto, compreender os diferentes focos e o



segmento a ser dado ao longo do ano em uma assessoria de imprensa, principalmente no que tange a realização de tarefas de social “media” uma vez que, o que se apresenta no Instagram “@esporte.UFPEL” é público e com isso a busca interagir e integrar com a comunidade acadêmica da Universidade.

4. CONCLUSÕES

O presente trabalho encontra-se ainda na fase de desenvolvimento, uma vez que, o perfil de esporte da UFPEL segue sendo alimentado semanalmente com produções de conteúdos acerca das competições, equipes e informações gerais do esporte da Universidade. Apesar disto, compreende-se que a experiência adquirida ao longo contribui imensamente para aprendizados no que tange a gestão de mídias sociais, bem como, produções de conteúdos midiáticos com foco em uma comunicação esportiva.

Destaca-se ainda que ao longo do processo de comunicação no Instagram, foram utilizadas diversas ferramentas da plataforma, as quais possibilitaram maior engajamento com os conteúdos expostos. Apesar do número de seguidores não parecer tão expressivo, sendo este até o início de setembro 638, compreende-se que o trabalho tem sido bem-visto e recebido pela comunidade acadêmica da UFPEL, mas especificam-se por aqueles que vivem o esporte universitário.

Por fim, as atividades desenvolvidas até o momento foram de suam importância para formação acadêmica na área da comunicação, tendo em vista as publicações e ações desenvolvidas ao longo de 2023.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIL, Antônio Carlos. **Modos e Técnicas de Pesquisa**. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>> Acesso em: 18 de set. 2023.

MENDONÇA, Tainha Lucena. **A ascensão das redes sociais: um estudo sobre o impacto do Instagram na autoestima de mulheres em Natal/RN**. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/50296>> Acesso em: 19 de set. 2023.

THIOLLENT, M. Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo: Cortez, 2008.
TOMAÉL, ALCARÁ, DI CHIARA. **Das redes sociais à inovação**. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0100-19652005000200010>> Acesso em: 18 de set. 2023.