

O CAMPO DE PÚBLICAS E A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTOS: OS USOS DA REDE SOCIAL *INSTAGRAM* NAS AÇÕES EXTENSIONISTAS

ANA CAROLINA PIRES CLEMENTE¹; BRUNA OSTERBERG²; RAISSA MADRUGA TELLES³; MARI CRISTINA DE FREITAS FAGUNDES⁴

¹Universidade Federal de Pelotas – aclementep@hotmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – brunaosterberg@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – raissa.smma@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – maricris.ff@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

As redes sociais têm se tornado cada vez mais presentes no cotidiano da população, seja para acessar informações confiáveis, seja para distração e, inclusive, propagação de notícias falsas e discursos de ódio (TRINDADE, 2022). Para além dos usos que se faz das mídias, é inegável a sua presença na vida de diferentes faixas etárias, territórios, gênero, raças e classes sociais. Olhando para a realidade brasileira, são inúmeras as desigualdades que afetam o cotidiano da população. Consequentemente, os usos e acessos às redes sociais também são desiguais. Por outro lado, dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) revelam que em 2021, o número de domicílios com acesso à internet no Brasil chegou a 90,0% (IBGE, online). Ademais, o Brasil é o terceiro maior consumidor de mídia social do mundo (COMSCORE, 2023).

É neste contexto que o Projeto de Extensão Gestão Pública na Rede, coordenado pela Profª. Drª. Mari Cristina de Freitas Fagundes, passou a desenvolver suas atividades, tendo como *locus* de atuação a rede social Instagram. O projeto teve início em julho de 2022 e passou a atuar na referida rede social em abril de 2023, sob o perfil @gestaopublicanarede. A proposta que alicerça a sua atuação consiste na produção e divulgação de conteúdos produzidos por discentes e docentes, envolvendo temáticas afins ao Campo de Públcas, tais como: eleições, direitos humanos, democracia, relações étnico-raciais, cidadania, políticas públicas, relações internacionais entre outras temáticas. Por meio do compartilhamento de conhecimentos, busca-se alcançar o maior número de pessoas de diferentes realidades, através de conteúdos produzidos academicamente e que podem ser divulgados de forma objetiva e com uma linguagem acessível.

O projeto conta com duas modalidades de divulgação de conteúdos: uma na própria rede social Instagram, a partir da publicação de cards no formato carrossel ou reels, onde conteúdos semanais formam a pauta das publicações, as quais ocorrem duas vezes por semana (terças e quintas-feiras), sempre em horário previamente ajustado pela equipe do projeto. Os assuntos produzidos neste formato são concisos, uma vez que a finalidade é captar a atenção para a temática divulgada sem, necessariamente, aprofundá-la. Em um segundo momento, em parceria com o Projeto de Extensão Coisa Pública - O blog da Gestão Pública (Online), coordenado pelo Prof. Dr. Daniel Lena Marchiori Neto, realiza-se a publicação de ensaios acadêmicos versando sobre o conteúdo publicado no perfil @gestaopublicanarede.

Através desses dois momentos, se torna possível produzir um conteúdo que capte a atenção das/os usuárias/os do Instagram e, ao mesmo tempo, possibilita um maior aprofundamento sobre a temática, à medida em que o blog é acessado,

o qual contém ensaios acadêmicos com maior profundidade sobre a temática abordada.

No próprio perfil do Instagram, fica disponível o link para que o público acesse as referidas páginas, assim como conheça os diferentes cursos que formam os Centro de Ciências Socio-Organizacionais e as atividades desenvolvidas nas respectivas áreas. Acredita-se que esta é uma maneira de aproximar a comunidade das discussões realizadas no âmbito acadêmico, por vezes distantes de parte da população.

Assim, as ações do projeto visam o compartilhamento de conhecimentos, uma vez que a página é de acesso aberto ao público. Além disso, incentiva-se a interação com os conteúdos, sejam aqueles postados no *feed*, sejam aqueles divulgados no *story* da página, como será pontuado a seguir. Assim, compreende-se que a produção científica necessita ser produzida para além do ambiente acadêmico, aprendendo com as interações sociais e reinventando seus modos de produção.

Importante sinalizar, que a extensão universitária é caracterizada por expandir o que chamamos de conhecimento científico para além do ambiente acadêmico e assim, se relacionar com outros saberes, confrontando as diferentes realidades que formam a sociedade, com objetivo de construir conhecimentos mais plurais. Nesse sentido, “a extensão é o processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre a Universidade e a sociedade.” (PREC,online).

Registra-se que o Instagram é uma das plataformas de Mídia Social onde os brasileiros, usuários de mídia, dedicam mais tempo de interação: a média de tempo calculada em horas, por usuário, no mês é de, aproximadamente, 14h (COMSCORE, 2023). Além disso, é a terceira rede social mais utilizada em 2023 (VOLPATO, 2023). O aplicativo dispõe de ferramentas que nos permitem não só a divulgação de conteúdo, mas também, a partir das suas próprias métricas, mensurar dados importantes em relação ao alcance da página Gestão Pública na Rede (@gestaopublicanarede). Este material abrange o conhecimento sobre as principais cidades, faixas etárias e gênero que estão acessando o conteúdo produzido, e nos permite o conhecimento do perfil do público que alcançamos.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada no projeto consiste na produção, revisão e editoração de conteúdos produzidos pela equipe - hoje conta com quatro participantes voluntárias e uma bolsista remunerada, de diferentes cursos de graduação da UFPel -, assim como conteúdos produzidos pelos estudantes em diferentes disciplinas, ministradas pela coordenadora do Projeto. Todos os conteúdos publicados recebem os créditos daqueles e daquelas que os produziram, construindo o portfólio do projeto.

No que tange a organização da equipe do Projeto de Extensão Gestão Pública na Rede, além das reuniões quinzenais, as produções ocorrem por meio da plataforma Canva, utilizando-se materiais de acesso livre e gratuito; a plataforma Trello, onde ocorrem as distribuições de tarefas entre a equipe, bem como as atividades a serem revisadas e desenvolvidas, com prazos previamente estipulados. Todos os conteúdos postados semanalmente na rede social, são compostos de ensaio acadêmico, produzidos por meio de pesquisas bibliográficas (GIL, 2002). Além das referidas plataformas, utiliza-se como espaço de

compartilhamento e armazenamento de dados o google drive e o WhatsApp como ferramenta de comunicação diária e célere.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como vimos pontuando ao longo do texto, a rede social Instagram é uma das plataformas mais acessadas pelos brasileiros. Logo, como nossa proposta é o compartilhamento de conhecimentos e a respectiva interação por parte dos usuários dessa rede, quanto mais acessos tivermos, mais potentes se tornam as produções e publicações. Além disso, à medida em que conhecemos o público que interage com as ações da página, novas propostas de interação podem ser produzidas. Aqui divulgaremos alguns dos resultados obtidos através da análise da ferramenta *Contas Alcançadas*, que se refere ao número de contas únicas que viram o conteúdo publicado pelo menos uma vez. O conteúdo inclui publicações, stories, vídeos do Reels, vídeos e vídeos ao vivo.

No período de 22 de agosto a 20 de setembro de 2023 foram 746 contas alcançadas, destas, 71,7% são contas de pessoas do gênero feminino e 28,2% do gênero masculino; 60% dessas contas são da cidade de Pelotas, seguido de Rio Grande (5,1%), Porto Alegre (3,2%) e Santa Maria (2,5%). Quanto à faixa etária, 36,9% das pessoas que acessaram a página possuem entre 18 a 24 anos, 36,9% possuem de 25 a 34 anos, 15,3% possuem de 35 a 44 anos e 5,8% possuem de 45 a 54 anos.

A página @gestaopublicanarede possui atualmente 184 seguidores e no referido período, a equipe do projeto conseguiu realizar 7 postagens (post) cuja média de alcance foi calculada em 105 pessoas por post. O conteúdo das postagens e o número de contas que cada uma alcançou separadamente são os seguintes: Sobre mulheres que transformaram a história da gestão pública: 127 contas alcançadas; sobre a Semana Integrada de Inovação, Ensino, Pesquisa e Extensão promovida pela UFPel: 112 contas alcançadas; sobre a Lei Maria da Penha e o combate a violência doméstica: 111 contas alcançadas; sobre 5 conquistas das mulheres no serviço público: 106 contas alcançadas; sobre a Política dos 3 R's: 97 contas alcançadas; sobre o efeito das políticas públicas no descarte de lixo: 96 contas alcançadas; sobre as contribuições da Lei Maria da Penha para o combate a violência no Brasil: 89 contas alcançadas;

Diante dos dados levantados, é possível identificar que a maior parte dos usuários são jovens, do sexo feminino e residentes em Pelotas/RS. Percebe-se que as postagens versando sobre a agenda de gênero em diferentes áreas, foram os conteúdos que mais tiveram acesso no período em análise. É importante fazer esse registro, tendo em vista que a atuação de mulheres no Campo de Públcas ainda é uma temática que requer atenção, precisamente, quando trabalhamos com o viés político/institucional. Ademais, nota-se que mesmo com número reduzido de seguidoras, o projeto tem conseguido manter a periodicidade de publicações, recebido mais interações nos seus posts e compartilhamento dos materiais.

Trata-se de um projeto com recente atuação nas mídias sociais, mas, desde já, é possível identificar que sua produção vem alcançando um significativo número de atores sociais, dialogando com os pilares extensionistas, fortalecendo a formação e atuação da equipe de estudantes que vem atuando ativamente no projeto, assim como daqueles e daquelas que têm seus conteúdos acadêmicos

divulgados no portfólio do projeto, valorizando o conhecimento produzido em sala de aula.

4. CONCLUSÕES

Como pontuado ao longo deste texto, as redes sociais têm se tornado algo presente no cotidiano da população. Assim, entendemos que a produção e compartilhamento de conhecimentos pode se valer dessa ferramenta para capilarizar conteúdos produzidos em sala de aula. Nos aproximando dos pilares extensionistas, entendemos que para uma formação sólida, é fundamental que haja a intersecção de saberes produzidos no âmbito universitário e fora dele, havendo um cruzamento contínuo de discussões.

Assim, o Projeto de Extensão Gestão Pública na Rede, vem trabalhando com métricas e produções de conteúdos com linguagem acessível e interativa, a fim de aproximar a comunidade em geral dos assuntos tratados dentro dos muros acadêmicos, assim como fortalecer os conhecimentos apreendidos em sala de aula, por meio da interação que a conta @gestaopublicanarede recebe, causando rupturas a tradicional ideia de que conhecimento se produz apenas em sala de aula e que deve ser “levado” para outros espaços. Aqui, entende-se que o conhecimento é produzido de diferentes formas e em diferentes lugares, podendo as redes sociais ser um desses *locus*, proporcionando estratégias digitais de aprender e ensinar.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- IBGE. Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021.** Online. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acessado em: 20 de setembro de 2023.
- PREC. Pró-Reitoria de Extensão e Cultural.** Online. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/prec/sobre-a-prec/>>. Acesso em: 21 de set. de 2023.
- COISA PÚBLICA. Blog de Gestão Pública na UFPel.** Online. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/coisapublica/>>. Acesso em: 22 de set. de 2023.
- COMSCORE. Tendências de Social Media 2023.** Online. Disponível em: <<file:///Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>>. Acesso em: 21 de set. de 2023.
- GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ed. 2002. São Paulo: Atlas.
- TRINDADE, Luiz Valério. Discurso de ódio nas redes sociais.** Editora Jandaíra, 2022.
- VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais.** Online, 2023. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acessado em: 20 de setembro de 2023.