

A ATUAÇÃO DO PROJETO PAPO DE GESTÃO POR MEIO DO INSTAGRAM: ANÁLISE DOS PRIMEIROS RESULTADOS

¹CAMARGO, JOÃO PEREIRA; ²MOREIRA, BRUNO; CLAUHS, ³WILLIAM
TAVARES; ⁴SOARES, ISABEL TERESINHA DUTRA; ⁵ALISSON
EDUARDO MAEHLER

¹Universidade Federal de Pelotas - joaopereiracamargo13@gmail.com;

²Universidade Federal de Pelotabrunoomoreira062@outlook.com.br

³Universidade Federal de Pelotas - williamclauhs@yahoo.com.br

⁴Universidade Federal de Pelotas – isabel.teresinha@ufpel.edu.br

⁵Universidade Federal de Pelotas – alisson.maehler@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Cada vez mais a universidade precisa falar com a comunidade e o meio pelo qual isso pode acontecer é através da extensão universitária. A Resolução CNE/CES nº 7, de 18 de dezembro de 2018, do Conselho Nacional de Educação (CNE) e da Câmara de Educação Superior (CES) estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e determina, em seu Art. 4º, que "as atividades de extensão devem compor, no mínimo, 10% (dez por cento) do total da carga horária curricular estudantil dos cursos de graduação", perfazendo a matriz curricular dos cursos. Tal exigência passou a valer a partir de 2023 para todas as Instituições de Ensino Superior do Brasil.

A base legal que criou a necessidade de maior integralização da extensão, ou seja, a curricularização da extensão, foi a Lei nº 13.005/2014, que aprovou o Plano Nacional de Educação (PNE). Segundo Tissot et al. (2024), este processo enriquece a experiência educacional dos estudantes e promove uma troca valiosa de conhecimentos entre a universidade e a sociedade, porque o saber acadêmico é socializado e difundido pelas atividades de extensão. Neste contexto, em 2023, um grupo de professores do Centro de Ciências Sócio-Organizacionais (CCSO), da UFPel, criou o projeto de extensão intitulado "Papo de Gestão", que abarca 3 ações de extensão: (1) o *blog* "Papo de Gestão", em uma página na internet; (2) uma página na rede social Instagram cujo perfil é "blogpapodegestao" e (3) uma série de palestras como alunos egressos e profissionais que atuaram ou atuam no exterior para que compartilhem suas experiências (Papo de Gestão, 2025).

É sabido que todos os projetos precisam ser avaliados em seus resultados e impactos na comunidade, por isso foi elaborada a pergunta que embasa o problema dessa pesquisa: quais os resultados e as conquistas que o projeto "Blog Papo de Gestão" obteve com sua interatividade na rede social Instagram? Nesse sentido foi também traçado o objetivo geral deste trabalho: analisar quais são os principais resultados, desafios e conquistas do projeto "Blog Papo de Gestão" na página do Instagram.

2. METODOLOGIA

O presente trabalho tem características de pesquisa qualitativa que, segundo Gil (2019), representa a natureza da análise dos dados obtidos por meio das pesquisas de campo. A pesquisa qualitativa busca conhecer sentimentos,

intenções, opiniões e comportamentos, sendo muito utilizada nas ciências sociais aplicadas. Quanto ao tipo de pesquisa, trata-se de uma pesquisa documental, pois foi analisada a página “blogpapodegestão”, na rede social Instagram, onde foram coletados dados, na forma de indicadores, tais como: o número de postagens, a quantidade de seguidores, o número de interações, o alcance das postagens e os conteúdos postados. Os dados foram coletados no mês de julho de 2025 e foram tratados, conforme Bardin (1977), por meio da análise de conteúdo.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Ao longo desses anos, o projeto de extensão “Papo de Gestão” tem realizado diversas ações e efetuado participações em eventos e projetos acadêmicos ligados à UFPel. Alunos e docentes têm se mobilizado para apresentar e postar notícias relacionadas à vida acadêmica, para criar e organizar eventos, buscando integrar o público de dentro e de fora da universidade nas ações da UFPel.

O projeto “Papo de Gestão”, por meio da plataforma do Instagram, tem prestado um serviço de fornecer informações relevantes, tais como vagas de estágio, vagas de emprego, divulgação de cursos, muitas vezes gratuitos, realização de entrevistas com pessoas que tiveram experiências profissionais e acadêmicas dentro e fora do país. O projeto tem proporcionado aos estudantes, assim como também aos docentes e aos técnicos, oportunidades de aumentar seus conhecimentos, a partir das informações recebidas, e melhorar suas chances profissionais com os comunicados, disponíveis na plataforma, sobre as oportunidades profissionais.

No Instagram (e em outras redes sociais ou blogs), *posts* são as publicações de conteúdo que os usuários criam e compartilham. Em outras palavras, é tudo o que pode ser visto no *feed*, no perfil ou nos *stories* de alguém. Os *stories* são fotos ou vídeos curtos (até 60 segundos) que desaparecem após 24 horas, aparecendo na parte superior do *feed*, em pequenos círculos, para mostrar o dia a dia, ou para interagir de forma mais direta com os seguidores. Na sequência, na Figura 1 e na Figura 2, pode ser acompanhado o alcance de *Stories* e *Posts* resultantes das métricas geradas no Instagram, no período de 21 de junho a 20 julho de 2025:

Figura 1: Dados da página do Instagram do Blog Papo de Gestão

Número de seguidores	341
Contas alcançadas	451
Visualizações	4.683
<i>Posts</i>	25
Seguindo	459

Fonte: Instagram (2025).

Figura 2: Análise de acessos e visualizações do Blog Papo de Gestão



Fonte: Instagram (2025)

Como resultados, foi possível verificar que, em 30 dias, a página no Instagram teve quase 3 mil visualizações, em especial no que se referiu aos *stories*, o que significa que imagens e vídeos curtos, que ficam visíveis 24 horas, são os mais visualizados. Os envolvidos do projeto de extensão se empenham para manter a página sempre atualizada, constantemente postando conteúdos novos e relevantes, que gerem engajamento e *views*. Os *posts*, ou seja, as postagens perenes do *feed* principal, que ficam permanentemente na grade do perfil, têm menos acesso, indicando que nem sempre o usuário tem tempo de ver a página, mas que sim o visitante visualiza postagens curtas.

A plataforma Instagram oferece vários dados e informações, que são úteis aos administradores das páginas, permitindo a tomada de decisões estratégicas. Outra informação importante é que é necessário seguir vários perfis no Instagram para também aumentar o número de seguidores do Instagram do “Blog Papo de Gestão”.

4. CONSIDERAÇÕES

O uso de redes sociais para divulgação científica e universitária tem se mostrado uma das estratégias para gerar engajamento do público mais jovem, para levar a informação diretamente aos usuários, para aumentar a interação da universidade com a comunidade e para melhorar a comunicação institucional. Nesse sentido, verificamos que a rede Instagram é uma ferramenta muito útil, pois é popular entre as pessoas mais jovens, um dos maiores grupos de frequentadores da universidade. Trata-se de uma ferramenta sem custo e que, quando bem utilizada, pode contribuir para o alcance dos objetivos da universidade no sentido de trazer novos futuros alunos para, ao conhecerem melhor a UFPEl, se

interessarem por acessar o universo dos cursos, projetos e ações dessa instituição de ensino.

No entanto, é preciso ter responsabilidade no conteúdo postado, evitando-se abordar assuntos polêmicos, assumir posicionamentos político-partidários e lançar conteúdos que possam ofender as minorias, os grupos vulneráveis da sociedade. Cabe aos docentes estarem atentos ao que está sendo divulgado pelos estudantes enquanto executores da atividade extensionista.

Como limitações do trabalho se pode destacar o curto período de verificação, que foi menos de um ano, o que não permite uma análise mais aprofundada nem generalizações. Como estudos futuros sugerimos a verificação de outras plataformas, a exemplo do Tik Tok, Facebook e Blogs, continuando a averiguar qual a visão da comunidade sobre a utilidade dessas ferramentas de comunicação digital no meio estudantil.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1977.

BRASIL. **LEI Nº 13.005, DE 25 DE JUNHO DE 2014**. Aprova o Plano Nacional de Educação - PNE para o decênio 2014-2024 e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 26 jun. 2014. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l13005.htm. Acesso em: 21 jul. 2025.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). Câmara de Educação Superior (CES). **Resolução CNE/CES Nº 7, de 18 de dezembro de 2018**. Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto nas metas 12.7 e 12.8 da Lei nº 13.005/2014 (Plano Nacional de Educação - PNE).

[Brasília, DF]: MEC, 2018. Disponível em: [rces007_18](#). Acesso em: 21 jul. 2025.
GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

PAPO DE GESTÃO UFPEL. [Página de Instagram]. 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/blogpapodegestao?utm_source=ig_web_button_share

TISSOT, Giovana Oyarzabal; flores, Eliane Nunes; FREITAS, Vinicius Pereira, MAEHLER, Alisson Eduardo; SILVA, Francielle. Análise da influência do projeto de extensão “Blog papo de gestão” para a comunidade. In: 13 Fórum Internacional Ecolnovar, 2024, Rio Grande - RS. **Anais**. Rio Grande: ECOINOVAR, 2024.