

RELATO DE EXPERIÊNCIA DO EVENTO INOVATALKS: ESTRATÉGIAS, ENGAJAMENTO E PERCEPÇÃO DO PÚBLICO EM UMA AÇÃO DE EXTENSÃO

**NATÁLIA KOMMLING VIELA¹; CHRYSTIAN NUNES GONÇALVES²; THAÍSSA
ÁVILA FEIJÓ³; JULIA CAROLINA CARDozo CORRÊA⁴; MARIANA HÄRTER
REMIÃO⁵**

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

²*Universidade Federal de Pelotas – chrystianng@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas – avilathaissa@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – juliacarolinacorrea@gmail.com*

⁵*Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

A formação acadêmica em áreas tecnológicas, como a biotecnologia, frequentemente foca em desenvolver competências técnico-científicas robustas, como execução de protocolos, redação de textos de cunho científico e apresentação em congressos científicos. Contudo, percebe-se uma crescente demanda do mercado por profissionais que, além do domínio técnico da sua área, possuam também habilidades em gestão, inovação e empreendedorismo.

Nesse contexto, a extensão universitária surge como um pilar estratégico, ao transcender a visão histórica de mera prestação de serviços e assumir papel ativo na integração entre universidade e sociedade. Mais do que transferir conhecimento, a extensão promove um processo de interação e diálogo entre a produção acadêmica e as necessidades da comunidade e do mercado, contribuindo para a formação cidadã e o desenvolvimento social (GADOTTI, 2017; SILVA; CAMPANI; NEGREIROS, 2020). Assim, as ações de extensão devem ser compreendidas como processos de ensino-aprendizagem que, ao envolver o discente com as questões concretas da realidade, favorecem o desenvolvimento da profissionalidade e um engajamento com as demandas da comunidade (CURADO SILVA; KOCHHANN, 2018).

Diante dessa perspectiva, a disciplina de Gestão em Biotecnologia propôs aos seus discentes a organização de uma atividade de extensão que pudesse suprir essa lacuna. O objetivo foi criar um espaço de diálogo entre estudantes, empreendedores, agentes do ecossistema de inovação local, e ouvintes da comunidade em geral. Assim, nasceu o projeto "Inovatalks", um evento idealizado para difundir conhecimentos práticos e inspirar a cultura empreendedora na cidade de Pelotas - RS. Este trabalho tem como objetivo relatar a experiência da concepção, organização e execução do evento "Inovatalks" como uma atividade de extensão universitária.

2. METODOLOGIA

O planejamento e organização do evento foi realizado pelos estudantes da disciplina de Gestão em Biotecnologia, do Curso de Graduação em Biotecnologia da UFPEL, sob a orientação da Prof. Dra. Mariana Härter Remião. Para uma melhor organização, os estudantes foram divididos em equipes responsáveis por captação de palestrantes e patrocinadores, divulgação e inscrições.

O evento "Inovatalks" foi realizado no dia 04 de agosto de 2025, das 13h30 às 18h, no Rampa Innovation Hub, um espaço estratégico por ser um polo de inovação na cidade de Pelotas-RS. A programação foi estruturada para abordar

temas centrais do empreendedorismo, com o objetivo de atrair o interesse não apenas da comunidade universitária, mas também do público em geral da cidade. Participaram do evento os palestrantes Cecel Ramis, Raul Torma e Luciano Rodrigues Martins, e os representantes das empresas juniores Emad Jr (UFPEL), ECAPE (UFPEL) e Equaliza (IFSUL).

Para viabilizar o evento, foram firmadas parcerias com o Rampa Innovation Hub, Sebrae-RS, a Agência de Inovação da UFPel (INOVA), a empresa BRIGS (Fábrica de brigadeiros) e a Academia Studio Zero3. A divulgação foi centralizada no perfil do evento na rede social Instagram (@inovatalks.ufpel), buscando atingir o público-alvo de estudantes universitários, jovens empreendedores e demais interessados.

Ao final, os participantes foram convidados a responderem um questionário referente à suas percepções sobre o evento. Os resultados referentes ao questionário, bem como aos dados de adesão gerados na rede social Instagram, foram analisados.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

3.1 IMPACTO DA DIVULGAÇÃO DIGITAL

O evento “Inovatalks” registrou uma adesão expressiva, com mais de 100 inscritos, evidenciando o forte interesse da comunidade pelos temas propostos. A análise do perfil dos participantes confirma o sucesso da iniciativa em dois aspectos essenciais para um projeto de extensão. Primeiramente, o evento alcançou elevado engajamento do público-alvo principal, reunindo majoritariamente estudantes e profissionais da UFPel e da área de Biotecnologia. Em segundo lugar, a proposta conseguiu ampliar seu alcance ao atrair um público diversificado e externo, representando 8,6% do total de inscritos. Entre esses participantes, destacam-se membros de outras instituições de ensino (UFRGS, IFSul, Anhanguera), profissionais de empresas da região, empreendedores e especialistas de diferentes áreas, como Direito, Marketing e Gastronomia. Acreditamos que o sucesso de público se deve, principalmente, à seleção criteriosa de palestrantes com ampla experiência de mercado e à diversidade de temas abordados, fatores que potencializaram o alcance e a relevância do evento.

A estratégia de divulgação do evento, centralizada no perfil do Instagram (@inovatalks.ufpel), mostrou-se uma ferramenta altamente eficaz para a mobilização do público. A análise dos dados da plataforma, referentes aos últimos 90 dias — período que compreende toda a fase de divulgação e realização do evento — evidencia resultados expressivos. Ao todo, a conta alcançou 5.920 perfis únicos e gerou 47.753 visualizações de conteúdo. Um dado particularmente relevante é que 42,1% dessas visualizações vieram de não seguidores, demonstrando que a comunicação ultrapassou a rede inicial de contatos e conseguiu atrair novos públicos interessados em empreendedorismo e inovação.

O engajamento da comunidade também foi significativo. O perfil consolidou uma base de 586 seguidores e registrou 402 interações diretas, incluindo curtidas, comentários e compartilhamentos. A análise por tipo de conteúdo evidencia uma estratégia diversificada e eficiente: enquanto os Stories foram responsáveis pela maior parte das visualizações (65,1%), os Posts e Reels se destacaram como principais motores de engajamento, concentrando, juntos, 91,5% de todas as interações (Figura 1).

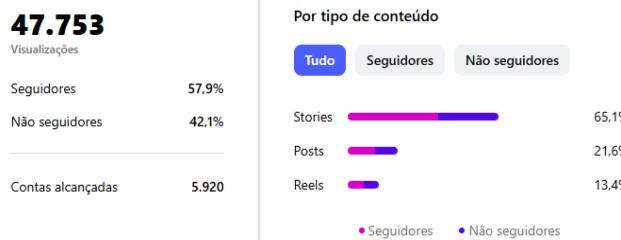


Figura 1 – Dados de visualizações e contas alcançadas pelo Instagram do Inova Talks (@inovatalks.ufpel). Fonte: Análise de dados da plataforma Instagram.

Um indicador direto da conversão do interesse online em participação efetiva foi a atividade registrada no perfil. No período analisado, foram contabilizadas 1.234 visitas à página e, de forma ainda mais significativa, 187 cliques no link externo que direcionava os usuários para a plataforma de inscrições. Esses números estabelecem uma relação clara entre a estratégia de divulgação digital e a adesão ao evento, validando a eficácia do canal escolhido e reforçando o papel das redes sociais como ferramenta central para a mobilização do público.

3.2 PERCEPÇÃO DOS PARTICIPANTES DO EVENTO

Além do impacto quantitativo da divulgação, buscou-se avaliar a percepção dos participantes sobre a qualidade e relevância do evento. Para isso, foi disponibilizado um questionário de feedback via Google Forms. Até a data de 26 de agosto de 2025, foram recebidas 38 respostas.

Os resultados indicam alto nível de satisfação: 94,8% avaliaram o evento como "Excelente" ou "Muito Bom", confirmando o sucesso da proposta e da organização (Figura 2 A). O conteúdo das palestras também foi amplamente aprovado, com 100% de avaliações positivas, sendo 55,3% Excelente, 23,7% Muito Bom e 21,1% Bom (Figura 2 B).

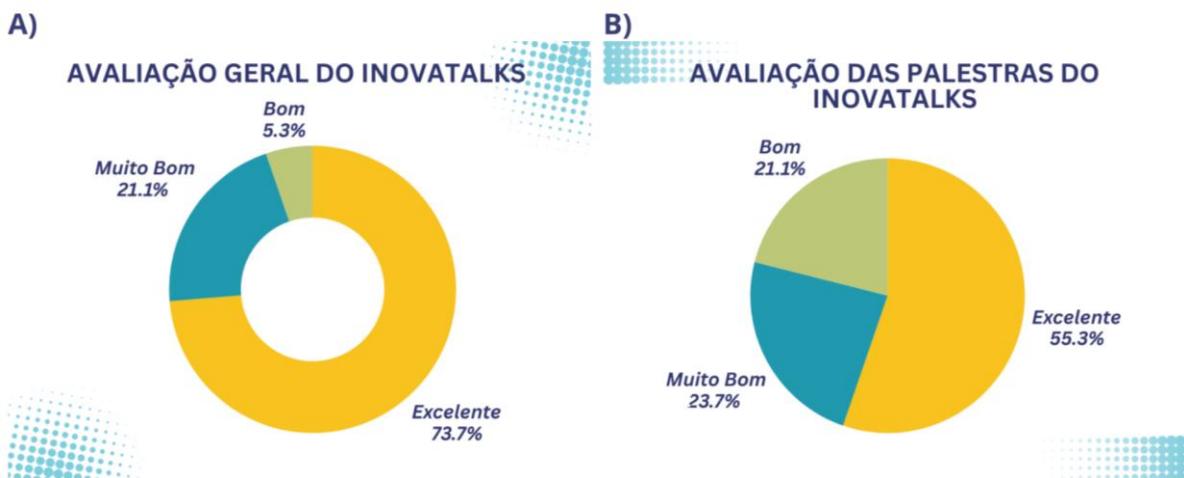


Figura 2 – (A) Avaliação geral do evento InovaTalks pelos participantes (N=38), (B) Avaliação das palestras do InovaTalks pelos participantes (N=38).

Fonte: Autora (2025).

O impacto positivo da experiência também é evidenciado pelo forte índice de recomendação. Como demonstra a Figura 3, uma maioria expressiva de 89,5% dos participantes que responderam ao questionário enviado afirmou que recomendaria o evento para outras pessoas, um indicador chave do valor percebido e do potencial de crescimento da iniciativa.



Figura 3 - Índice de recomendação do evento pelos participantes (N=38).

Fonte: Autora (2025).

Quando questionados sobre como ficaram sabendo do evento, o Instagram foi o canal dominante, citado por 29 participantes (76,3%). A indicação de amigos/colegas, citada por 8 participantes, apareceu como o segundo meio mais relevante, confirmando que a plataforma digital funcionou como o principal veículo para a mobilização da comunidade e para potencializar a adesão.

Além dos dados quantitativos, os feedbacks qualitativos forneceram sugestões construtivas para o aprimoramento de futuras edições, principalmente em aspectos logísticos, e elogios como "evento ótimo e bem organizado".

4. CONSIDERAÇÕES

A realização do evento "Inovatalks" demonstrou ser uma iniciativa de grande relevância, cumprindo seu papel de enriquecer a formação dos estudantes envolvidos e de levar conhecimento sobre inovação e empreendedorismo à comunidade. Observou-se um claro interesse do público por temas que conectam a formação acadêmica com as demandas do mercado de trabalho. A experiência reforça a importância da extensão universitária como um espaço para o desenvolvimento de habilidades práticas e para a promoção de uma cultura empreendedora. O sucesso do projeto serve como incentivo para a realização de futuras edições e outras atividades que promovam a integração entre ensino, pesquisa, extensão e inovação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GADOTTI, M. **Extensão universitária: para quê.** Instituto Paulo Freire, 2017.

SILVA, R. M. G.; CAMPANI, A.; NEGREIROS, J.G. Contribuição da extensão para uma docência universitária inovadora: um estudo a partir do programa de ligas da enfermagem da Universidade Estadual Vale do Acaraú. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, v. 15, n. 2, p. 1615-1628, 2020.

SILVA, K.; KOCHHANN, A. Tessituras entre concepções, curricularização e avaliação da extensão universitária na formação do estudante. **Revista Espaço Pedagógico**, v. 25, n. 3, p. 703-725, 30 ago. 2018.