

## **PET-EA CONECTADO: REDES SOCIAIS COM PONTE ENTRE UNIVERSIDADE E SOCIEDADE**

**KEILA ARIANE HOLZ FONSECA<sup>1</sup>; BRUNO NUNES HUBNER<sup>2</sup>; MAIARA  
SCHELLIN PIEPER<sup>3</sup>; GUILHERME DOS SANTOS TEDESCO<sup>4</sup>;  
MAURIZIO SILVEIRA QUADRO<sup>5</sup>; RICARDO SCHERER POHNDORF<sup>6</sup>;**

*<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – keilaholz2024@gmail.com*

*<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – hubnerbruno9@gmail.com*

*<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – maiarapieper@gmail.com*

*<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – guilhermetedesco42@gmail.com*

*<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – mausq@gmail.com*

*<sup>6</sup>Universidade Federal de Pelotas – ricardoscherer.eng@gmail.com*

### **1. INTRODUÇÃO**

Na sociedade em rede, a comunicação digital reconfigurou as interações sociais e institucionais, tornando as mídias sociais plataformas centrais para a disseminação de informação (CASTELLS, 2013). No âmbito acadêmico, as Instituições de Ensino Superior têm explorado esses canais como ferramentas estratégicas não apenas para o engajamento estudantil, mas também para a divulgação científica, buscando traduzir o conhecimento técnico para a comunidade externa (KENSKI, 2003). Contudo, persiste um desafio significativo na comunicação pública de certas áreas do saber, como a Engenharia Agrícola, cuja amplitude de competências e funções é frequentemente mal compreendida pelo público geral. Essa lacuna de entendimento constitui a principal problematização deste estudo: a dificuldade em estabelecer uma identidade profissional clara e valorizada para o engenheiro agrícola perante a sociedade.

Nesse contexto, o presente trabalho analisa as estratégias de comunicação digital implementadas pelo Programa de Educação Tutorial do curso de Engenharia Agrícola (PET-EA) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O grupo utiliza as redes sociais Instagram e YouTube para promover suas atividades e, fundamentalmente, para elucidar o papel do engenheiro agrícola. Diante do exposto, este estudo tem como objetivo geral analisar como o uso estratégico das mídias sociais pelo PET-EA contribui para a divulgação científica e o fortalecimento da identidade do curso de Engenharia Agrícola. Especificamente, busca-se: descrever as principais ações de comunicação realizadas nas plataformas selecionadas; avaliar o potencial dessas ações para esclarecer as competências da profissão; e discutir o papel dessas ferramentas como integradoras entre a comunidade acadêmica e a sociedade.

A iniciativa do PET-EA se insere em um desafio mais amplo da comunicação pública da ciência, que envolve a transposição da barreira entre o conhecimento especializado e a sociedade. Conforme aponta BUENO (2010), o projeto realiza um esforço de "divulgação científica", que se distingue da mera comunicação entre especialistas por sua finalidade de traduzir e tornar acessível o saber acadêmico. As plataformas digitais oferecem o canal para essa divulgação, mas as interações que elas permitem são complexas. Sob a ótica de PRIMO (2003), as lives podem fomentar uma "interação mútua", de diálogo, enquanto vídeos expositivos tendem a gerar uma "interação reativa", cada qual com um potencial distinto para o engajamento do público. Além do impacto externo de valorização do curso, essa atividade de divulgação gera um efeito interno fundamental: ao se engajarem na "tradução" de seu futuro campo profissional, os estudantes reforçam sua própria

identidade e integração acadêmica, um fator que, segundo a influente teoria de TINTO (1993), é central para a permanência e o sucesso no ensino superior.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo central compreender de que maneira a utilização estratégica das mídias sociais pelo PET-EA contribui para a valorização e difusão da Engenharia Agrícola. Busca-se, portanto, demonstrar como a comunicação digital pode atuar como ponte entre universidade e sociedade, favorecendo não apenas a divulgação científica, mas também o fortalecimento da identidade do curso e a aproximação da comunidade acadêmica com o público externo.

## 2. METODOLOGIA

O Programa de Educação Tutorial em Engenharia Agrícola (PET-EA) da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) utiliza as redes sociais como ferramenta estratégica para divulgação das atividades do grupo, compartilhamento de resultados e aproximação da universidade com a comunidade. Entre abril e agosto de 2025, o *Instagram* foi identificado como o principal canal de comunicação.

A metodologia adotada consistiu na análise quantitativa e qualitativa das publicações realizadas durante o período estudado. Para tanto, foram considerados: a frequência das postagens, os tipos de conteúdo (*feed*, *reels* e *stories*), o engajamento das publicações. Além disso, foi implementada uma estratégia de intensificação das postagens no *feed* e de produção de *reels* apresentados pelos próprios petianos, com o objetivo de tornar o conteúdo mais dinâmico, interativo e atraente, fortalecendo a comunicação com diferentes públicos.

Os conteúdos analisados englobaram divulgação de projetos e iniciativas do grupo, curiosidades sobre o curso da Engenharia Agrícola, datas comemorativas, ações coletivas e registros do cotidiano acadêmico que são divulgados em *feed*, *reels* e *stories*. A abordagem metodológica buscou compreender de que forma o uso planejado e estratégico das mídias sociais contribui para ampliar a visibilidade do curso, valorizar as atividades do grupo e consolidar o vínculo entre universidade e sociedade.

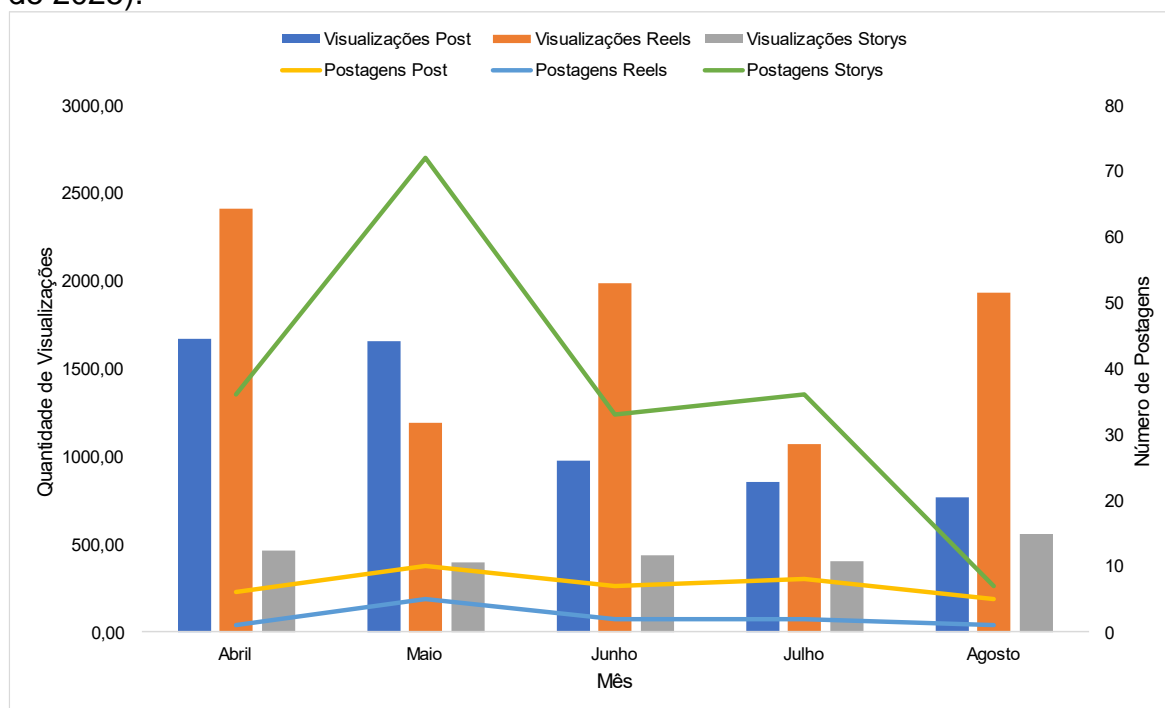
## 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Entre abril e agosto de 2025, o PET-EA ampliou de forma expressiva sua atuação no *Instagram*, totalizando 213 publicações entre *feed*, *reels* e *stories*, com média aproximada de 30 postagens mensais. Esse período foi marcado pela diversificação de formatos e pela valorização da participação dos próprios petianos na produção dos conteúdos, especialmente nos *reels*, o que contribuiu para aproximar ainda mais o grupo de seu público.

As publicações abrangeram desde registros do cotidiano acadêmico até a divulgação de projetos, eventos, ações coletivas, curiosidades e datas comemorativas relacionadas à Engenharia Agrícola. Essa variedade de abordagens favoreceu a conexão com diferentes perfis de seguidores e ampliou o alcance das mensagens, incluindo públicos externos à comunidade universitária.

O gráfico a seguir (Figura 1) ilustra a média de visualizações por tipo de postagem (*feed*, *reels* e *stories*) em comparação com o número de publicações mensais. Observa-se que os *reels* apresentam maior número de visualizações, enquanto a produção consistente de *stories* contribui para manter o engajamento contínuo.

Figura 1 – Média de visualizações vs. número de postagens por mês (abril a agosto de 2025).



Fonte: Autores, 2025.

#### 4. CONSIDERAÇÕES

As ações desenvolvidas pelo PET-EA entre abril e agosto de 2025 reforçam a importância das redes sociais como ferramenta estratégica para aproximar a universidade da comunidade e ampliar a difusão de conhecimentos sobre a Engenharia Agrícola. A adoção de estratégias mais dinâmicas, como o aumento da produção de *reels*, contribuiu para consolidar um espaço de diálogo e troca de experiências, fortalecendo o vínculo com diferentes públicos.

Os impactos observados demonstram que o trabalho planejado e contínuo nas mídias digitais favorece tanto a valorização do curso e do grupo dentro da universidade quanto a sua presença e relevância na comunidade externa. Além disso, a vivência proporcionada aos estudantes envolvidos reafirma o potencial das atividades extensionistas para a formação acadêmica e cidadã, aproximando teoria e prática e estimulando o desenvolvimento de competências essenciais para a atuação profissional.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 14. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

COSTA, Wilson da. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. 1, p. 1-12, jan./dez. 2010.

KENSKI, Vani Moreira. **Tecnologias e ensino presencial e a distância**. 9. ed. Campinas: Papirus, 2003.

PRIMO, Alex. Interações mediadas por computador: a comunicação e apropriação na Cibercultura. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 10, n. 22, p. 103-116, dez. 2003.

TINTO, Vincent. **Leaving college**: rethinking the causes and cures of student attrition. 2. ed. Chicago: University of Chicago Press, 1993.