

@COMEXUFPEL: ESTRATÉGIAS DE ENGAJAMENTO NO INSTAGRAM PARA A DIVULGAÇÃO ACADÊMICA DO CURSO DE COMÉRCIO EXTERIOR

LETIERI MARTINS SILVEIRA¹; DANIEL LENA MARCHIORI NETO²

¹Universidade Federal de Pelotas – letierisilveira3@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – danielmarchiorineto@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como ponto de partida o projeto de extensão “Conectando Fronteiras”, iniciativa que se dedica à divulgação científica de conteúdos sobre Comércio Exterior na plataforma digital Instagram. A proposta insere-se no campo da Comunicação Social e da Extensão Universitária, fundamentando-se na experiência prática desenvolvida no âmbito do referido projeto. Entendida como um dos pilares indissociáveis da universidade pública, a extensão universitária, sobretudo em contextos mediados por tecnologias digitais, configura-se como um espaço privilegiado de aproximação entre universidade e sociedade, ampliando a circulação de saberes, reforçando o compromisso social da instituição e expandindo o alcance de suas ações (Santos; Rudnik, 2022).

Nesse cenário, as redes sociais emergem como ferramentas estratégicas de mediação, favorecendo tanto a qualificação educacional quanto o engajamento comunitário (Santos; Souza; Moreira; Mota, 2021). Tais espaços digitais permitem a tradução de conteúdos acadêmicos e técnicos para linguagens acessíveis, capazes de dialogar com públicos heterogêneos e, muitas vezes, distantes do universo científico. A divulgação científica, portanto, cumpre o papel de democratizar o conhecimento, ao transformar conceitos especializados em informações inteligíveis e socialmente relevantes. O avanço das tecnologias digitais potencializa essa dinâmica, já que as plataformas de comunicação em rede expandem a disseminação de informações e rompem fronteiras de tempo e espaço (Ranginwala; Towbin, 2018; Shafer et al., 2018, apud Rodrigues; Amorim Neto, 2023).

Entre as múltiplas plataformas digitais disponíveis, o Instagram se destaca por sua alta penetração social, acessibilidade e capacidade de engajamento visual e interativo. No âmbito do projeto Conectando Fronteiras, essa rede foi mobilizada como meio para transpor conteúdos técnicos de Comércio Exterior para uma linguagem simplificada e atrativa, ao mesmo tempo em que proporcionou aos estudantes envolvidos uma experiência formativa, articulando teoria e prática. Nesse sentido, a utilização estratégica das redes sociais em projetos extensionistas revela impactos significativos tanto para a aprendizagem acadêmica quanto para o fortalecimento do vínculo entre universidade e comunidade (Santos; Souza; Moreira; Mota, 2021).

Diante desse contexto, esta tese propõe-se a analisar a experiência do projeto de extensão Conectando Fronteiras, investigando os processos de divulgação científica realizados em ambiente digital, a efetividade da comunicação estabelecida e seus desdobramentos tanto para a formação pedagógica dos estudantes quanto para o acesso da sociedade ao conhecimento em Comércio Exterior.

2. METODOLOGIA

A metodologia consistiu na criação e análise de conteúdo digital para divulgação científica em Comércio Exterior, realizada entre maio e julho de 2025, na plataforma Instagram. As atividades foram desenvolvidas no projeto de extensão Conectando Fronteiras por estudantes, sob orientação do professor orientador. Os participantes foram organizados em quatro grupos: (a) Pauta Exportadora Brasileira, (b) Guerras Tarifárias, (c) Oportunidades de Trabalho na Área de Comércio Exterior, e (d) Desmistificando os Processos Acadêmicos do Curso de Comércio Exterior da UFPEL. A escolha do Instagram se justifica pela sua ampla popularidade e recursos como postagens visuais, notificações em tempo real e *stories*, que favorecem a comunicação ágil e atrativa (Santos; Rudnik, 2022). As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), nesse contexto, ampliam a divulgação científica e permitem alcançar um número maior de pessoas (BRASIL et al., 2024). A evolução dos grupos foi acompanhada por reuniões online periódicas, com feedback e suporte para garantir alinhamento e qualidade. O desempenho das publicações foi avaliado a partir das métricas do recurso *Insights*, que fornece dados como seguidores, visualizações de perfil, alcance, impressões e cliques. Essa análise possibilitou compreender o comportamento do público, adaptar estratégias de divulgação e assegurar uma interação dialógica e produtiva, alinhada aos objetivos de extensão.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

No contexto digital contemporâneo, as universidades brasileiras dispõem de meios para ampliar a disseminação do conhecimento gerado nas áreas de ensino, pesquisa e extensão. A investigação realizada no perfil do Curso de Comércio Exterior no Instagram (@comexufpel) possibilitou a análise de métricas relacionadas ao engajamento e ao alcance das publicações. A Figura 1 ilustra a identidade visual padronizada, utilizada em todas as publicações da página. O Quadro 1 apresenta a evolução das visualizações de reels e posts, bem como o crescimento do número de seguidores e a proporção de acessos provenientes de não seguidores. Os dados obtidos evidenciam que o conteúdo veiculado alcançou públicos externos à base já consolidada, indicando potencial de ampliação da visibilidade institucional e de difusão das ações de extensão em meios digitais.

Figura 1



Quadro 1 - Quantidade de Visualização e de Seguidores no Instagram (Abril - Julho)

Mês	Visualizações de Reels e Posts	Visualizações de Não Seguidores	Total de Seguidores
Abril	7 mil	46%	411
Maio	7,4 mil	47%	433
Junho	13 mil	46%	466
Julho	25 mil	57%	473

*Dados referentes até o dia 19/08/2025.

Entre 21 de maio e 19 de agosto, o perfil alcançou 63.138 visualizações, distribuídas quase igualmente entre seguidores (49,3%) e não seguidores (50,7%), evidenciando a capacidade de atingir novos públicos e ampliar a presença acadêmica no digital. O uso do Instagram demonstra esse potencial estratégico de divulgação ampla, eficiente e de baixo custo. Além disso, as métricas da plataforma, como visualizações, curtidas, compartilhamentos e cliques em links, oferecem subsídios para refinar estratégias comunicacionais (Pagnoncelli; Menegat; Caldas, 2023).

Os resultados confirmam a eficácia dessa abordagem: entre abril e julho, as visualizações cresceram de sete mil para 25 mil (+257%), enquanto os seguidores aumentaram de 411 para 473. Destaca-se que 50,7% das visualizações vieram de não seguidores. Ainda que parte dos conteúdos de maior alcance, como o post sobre o curso de Comércio Exterior, não tenha sido elaborada pelos alunos, também contribuíram para a visibilidade do perfil. Já produções estudantis, como a série Descomplica Comex, obtiveram centenas de visualizações, revelando interesse em informações práticas.

A análise demográfica indica que a audiência é majoritariamente brasileira (98%), concentrada em Pelotas (34,1%), Paranaguá (10,3%) e Rio Grande (6,2%), composta principalmente por homens (53,8%) de 18 a 34 anos. Esses dados corroboram estudos que destacam as redes sociais como instrumentos eficazes para a divulgação científica e extensionista, fortalecendo a relação universidade–sociedade (Pagnoncelli; Menegat; Caldas, 2023).

4. CONSIDERAÇÕES

O estudo discute o uso do Instagram como ferramenta de divulgação acadêmica, considerando sua potencialidade para aproximar a universidade da sociedade e favorecer a comunicação das ações de extensão. O projeto Conectando Fronteiras serve como exemplo da adaptação de conteúdos técnicos para uma linguagem mais acessível, destacando a relevância das plataformas digitais na interface entre conhecimento acadêmico e práticas de aprendizagem. Nesse contexto, observa-se o papel das mídias digitais como instrumentos de apoio às atividades universitárias e à interação com a comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Helen de Sousa; GOMES FILHO, Antonio Alcides; LIMA, Maria Isa Morais; CASTRO, Laura Helena Pinto de; PANTOJA, Lydia Dayanne Maia; PAIXÃO, Germana Costa. Divulgação científica de um projeto extensionista pela métrica do Instagram Insights. **Cidadania em Ação: Revista de Extensão e Cultura**, Florianópolis, v. 8, n. 1, 2024.

PAGNONCELLI, Willian Alves; MENEGAT, Alzira Salete; CALDAS, Fabiola Renata Cavalheiro. Comunicando a ciência: as redes sociais como canais para compartilhar ações de extensão da UFGD. **RealizAção**, [S. l.], v. 10, n. 20, p. 05–22, 2023.

RODRIGUES, Paulla Vieira; AMORIM NETO, Dionisio Pedro. Divulgação científica através do Instagram: uma ação extensionista desenvolvida no Instituto Federal do Rondônia. **Revista Em Extensão**, Uberlândia, v. 21, n. 2, p. 151–162, 2023.

SANTOS, A. J. R. W. A. dos; SOUZA, E. V. de; MOREIRA, L. L.; MOTA, J. V. M. As redes sociais aliadas à extensão universitária e sua contribuição na qualificação educacional. **Expressa Extensão**, v. 27, n. 1, p. 47–62, 2021.

SANTOS, R. O.; RUDNIK, R. M. L. Instagram e a educação: algumas considerações. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v. 27, e270099, 2022.