



CONECTANDO ALUNOS E CONHECIMENTO: O DESEMPENHO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA UEM

Beatryz de Almeida Alcantara (UEM)

Isabela Antunes de Souza Lima (UEM)

Isadora Marcela de Campos (UEM)

Maria Luiza de Almeida Rodrigues (UEM)

Henrique Costa Gomes (UEM)

Syntia Lemos Cotrim (UEM)

Danilo Hisano Barbosa (UEM)

Resumo:

Os avanços na tecnologia de comunicação e a popularização das mídias sociais transformaram a forma de interagir e compartilhar informações. Este trabalho tem como objetivo realizar análise dos *insights* do Instagram criado para o curso de mestrado em Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá, visando entender qual o impacto do uso da mídia social para o programa. A metodologia adotada foi de análise de conteúdo de natureza mista, quanti qualitativa, de forma a analisar os dados por meio dos parâmetros entregues pela plataforma e comentários feitos pelos usuários. Os resultados indicaram maior alcance de pessoas com o uso de alunos nos vídeos do Instagram, que subiram de 355 visualizações para mais de 3900 visualizações, o que pode ser verificado por meio dos *insights* obtidos pela plataforma, o que sugere que as redes sociais, quando utilizadas de forma estratégica, podem desempenhar um papel importante na comunicação acadêmica e no fortalecimento da comunidade educacional.

Palavras-chave: Instagram; Mídias Sociais; Insights;

1. Introdução

Os avanços significativos na tecnologia de comunicação, combinados com a crescente popularidade das mídias sociais, têm provocado uma profunda transformação na maneira



como nos relacionamos, trocamos ideias e compartilhamos informações, este fenômeno tem impactado não apenas as interações pessoais, mas também as dinâmicas sociais, profissionais e culturais em escala global. A partir disso, para que as empresas alcancem sucesso em seus objetivos organizacionais e atendam às necessidades e interesses de seus consumidores, é essencial que possuam estratégias de marketing bem definidas para os cenários previstos. Assim, com a crescente adoção das tecnologias da informação na sociedade, os consumidores finais se tornaram mais exigentes, incentivando uma série de adaptações, uma dessas a inserção dos mecanismos online (DALLA VALLE *et al.*, 2024).

A expansão do acesso à internet e a ativa participação dos usuários nas redes sociais promovem a criação de relacionamentos pessoais, tanto formais quanto informais, baseados em interesses compartilhados (HALAT, 2018). No ambiente acadêmico, essas mudanças trazem novas oportunidades e desafios. Atualmente, as pessoas experimentam o poder das conexões, da aprendizagem coletiva, do compartilhamento social e de uma exposição sem precedentes a novas ideias e abordagens (GIARDELLI, 2012, p. 22).

Esse progresso reflete uma realidade social em contínua mudança, na qual as mídias alternam entre criações novas e antigas. Esse contexto de colaboração e compartilhamento tornou-se parte integrante da sociedade, abrangendo também o meio científico, uma prova disso é a utilização dos recursos da web 2.0, que possibilita aos usuários não apenas consumir conteúdo, mas também produzi-lo e distribuí-lo nas redes sociais, promovendo a divulgação científica (MARIA; DE MAGALHÃES PORTO, 2024).

De acordo com o exposto, este artigo tem como questão de pesquisa: Quais os indicadores de desempenho do algoritmo da conta do Instagram do curso de Mestrado em Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM)? Sendo assim, o objetivo é explorar o impacto e a atuação do Instagram para essa pós-graduação, identificando quais os indicadores de relevância entregues da conta, entendendo assim os interesses do público que procura pelo mestrado por meio dessa rede social.

O presente artigo apresenta os resultados parciais e as dinâmicas do projeto de extensão intitulado Redes Sociais do PGP. Como justificativa, ao compreender estas dinâmicas, espera-se fornecer informações valiosas sobre como as mídias sociais podem ser

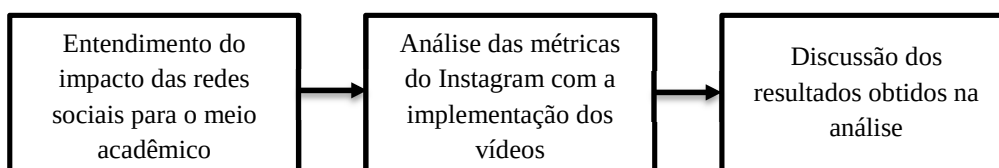


usadas para melhorar a comunicação e o envolvimento na academia, em especial para a pós-graduação em Engenharia de Produção da UEM.

2. Metodologia

Para avaliar o impacto e o desempenho do Instagram @pgp.uem do curso de Mestrado em Engenharia de Produção da UEM investigou-se como o uso estratégico de vídeos postados com alunos no Instagram ajudou a aumentar o número de seguidores e, portanto, promover benefícios para estudantes de pós-graduação. A metodologia de análise pode ser observada por meio da Figura 1.

Figura 1. Procedimento metodológico



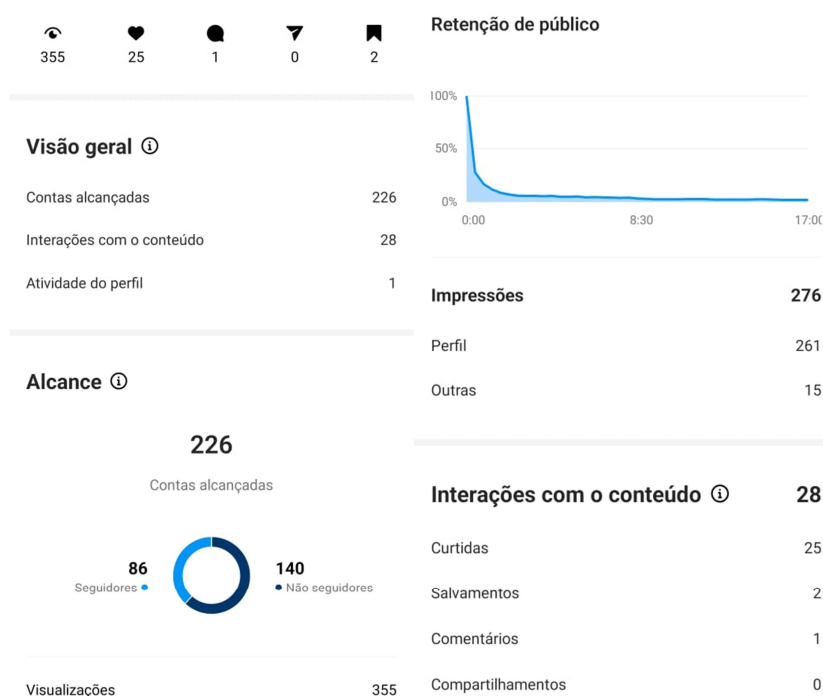
A metodologia incluiu uma análise de dados quantitativos, coleta de dados sobre o número de seguidores do perfil do curso no Instagram antes e depois da implementação de estratégias de vídeos, monitoramento do engajamento (curtidas, comentários e compartilhamentos) dos vídeos postados durante um período específico e a utilização de ferramentas analíticas do Instagram para obter métricas detalhadas sobre o alcance e a interação dos seguidores. Em seguida, foi realizada uma análise de conteúdo dos comentários nos vídeos para identificar temas recorrentes e feedback dos seguidores.



3. Resultados e Discussão

Em uma primeira análise quantitativa, foi possível verificar os resultados por meio da Figura 2, onde identifica quais as aderências dos usuários com a conta do Instagram, antes da utilização da imagem dos alunos nos vídeos.

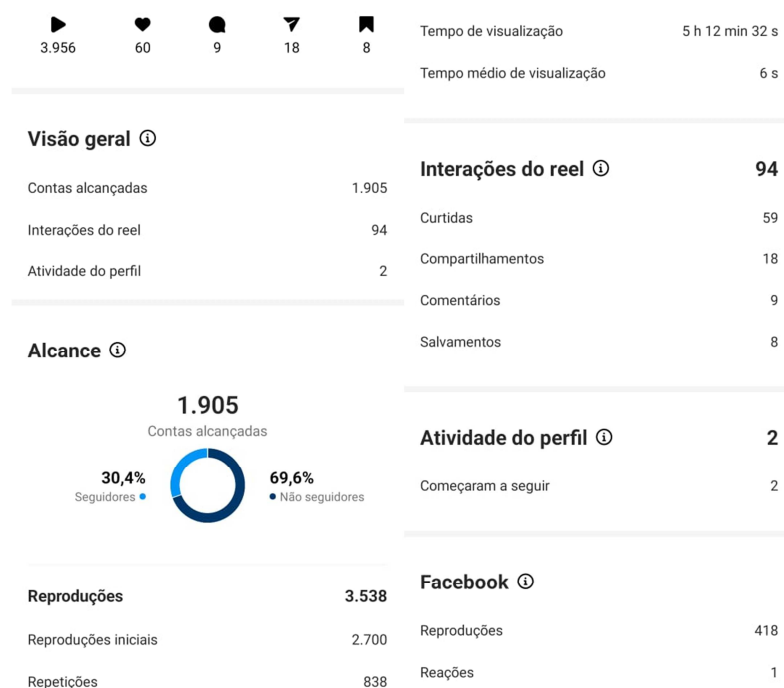
Figura 2. Análises de alcances antes do uso de alunos nos vídeos



Os resultados mostraram que existe uma aderência baixa para o curso, visto que o número de seguidores, passam de 2 mil pessoas e o número de visualizações foi de 355 que viram o vídeo, o que não representa nem 20% dos seguidores da conta. Em seguida, na Figura 3, foi possível notar a melhoria do alcance com o uso dos alunos nos vídeos.



Figura 3. Análises de alcances depois do uso de alunos nos vídeos



Os resultados da análise quantitativa revelaram um aumento significativo no número de seguidores do perfil do curso no Instagram após a implementação das estratégias de vídeos, que passaram de pouco mais de 2 mil seguidores para 2760 pessoas, um aumento de mais de 700 pessoas novas na conta. O engajamento com os vídeos, medido por curtidas e comentários, também apresentou um crescimento notável, indicando uma maior interação dos seguidores com o conteúdo postado, ultrapassando 3 mil visualizações, contando com um aumento de 69,9% de pessoas que não são seguidoras assistindo aos vídeos e com mais de 30% dos seguidores assistindo aos vídeos. Além disso, os vídeos foram considerados uma ferramenta útil para promover eventos acadêmicos e compartilhar conquistas do curso. A análise dos comentários nos vídeos destacou a opinião dos seguidores pelo formato visual e dinâmico, com muitos expressando que os vídeos tornaram o conteúdo mais acessível e interessante.



4. Considerações

Este estudo evidenciou o impacto positivo do uso do Instagram, especialmente por meio de vídeos, no curso de Mestrado em Engenharia de Produção da UEM. A estratégia de utilizar vídeos com o uso dos alunos, não apenas aumentou o número de seguidores, mas também promoveu um maior engajamento e interação entre alunos, professores e a comunidade externa. Esses resultados sugerem que as redes sociais, quando utilizadas de forma estratégica, podem desempenhar um papel importante na comunicação acadêmica e no fortalecimento da comunidade educacional. Futuras pesquisas podem explorar outras plataformas de mídia social, como aulas gravadas e assistidas pelo YouTube, compartilhamento de ideias pelo X e também engajamento pelo Facebook, e comparar suas eficácias relativas no contexto acadêmico.

Referências

DALLA VALLE, Carine *et al.* as mídias sociais como ferramenta de estratégia de marketing: um estudo de caso no setor da beleza. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 17, n. 50, p. 110-129, 2024.

GIARDELLI, G. **Você é o que você compartilha: e-agora: como aproveitar as oportunidades de vida e trabalho na sociedade em rede**. São Paulo: Gente, 2012.

HALAT, A. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Editora Senac, 2018.

MARIA, Vanessa Andriani; DE MAGALHÃES PORTO, Cristiane. Redes sociais e a divulgação científica na perspectiva dos alunos de graduação em Direito. **Revista e-Curriculum**, v. 22, p. e61192-e61192, 2024.