

DO VIRTUAL AO ACADÊMICO: O PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA UEM

Mario Vinicio Garcia (UEM)

Henrique Costa Gomes (UEM)

Ana Paula Bonini (UEM)

Vinícius Cauan de Oliveira (UEM)

Luis Miguel Trigos Sanchez (UEM)

Danilo Hisano Barbosa (UEM)

Syntia Lemos Cotrim (UEM)

mariovinigarcia@gamil.com

Resumo:

As mídias sociais consolidam-se como ferramentas estratégicas de comunicação acadêmica, favorecendo a integração entre alunos, docentes e a comunidade externa. Na pós-graduação, seu uso amplia a divulgação científica, fortalece a identidade institucional e promove maior visibilidade às atividades acadêmicas. Nesse contexto, o projeto de extensão Redes Sociais do PGP analisou o papel do Instagram na comunicação do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM). O estudo, de caráter aplicado e descritivo, adotou abordagem quantitativa e qualitativa. As ações consistiram no planejamento e execução de conteúdos digitais, especialmente vídeos com participação discente, e no acompanhamento de métricas como visualizações, interações, alcance e crescimento de seguidores. Os resultados evidenciaram aumento significativo de visualizações, expansão consistente da base de seguidores e elevado engajamento em postagens autênticas e representativas. Conclui-se que o uso estratégico das mídias sociais fortalece a comunicação acadêmica, amplia a integração e potencializa a visibilidade da pós-graduação.

Palavras-chave: Mídias Sociais; Comunicação Acadêmica; Divulgação Científica; Engajamento; Pós-graduação.

1. Introdução

As mídias sociais consolidaram-se como espaços de interação, troca de informações e construção de comunidades, ultrapassando fronteiras geográficas e temporais. No contexto acadêmico, elas têm sido cada vez mais utilizadas para

disseminar conhecimento, engajar alunos e aumentar a visibilidade institucional, destacando seu potencial para fortalecer a comunicação e o aprendizado em diversas áreas do saber (KHAN *et al.*, 2025).

Na pós-graduação, as redes sociais assumem papel estratégico, apoiando a divulgação científica e aproximando alunos, docentes e a comunidade externa. Esses canais ampliam as possibilidades de interação entre teoria e prática, complementando a formação acadêmica e incentivando a participação ativa dos estudantes, além de promover redes colaborativas de conhecimento (AL-HAIL *et al.*, 2024).

O Mestrado em Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM) tem incorporado as mídias sociais como ferramentas de comunicação institucional, fortalecendo a identidade do programa e conectando estudantes e pesquisadores a tendências e debates contemporâneos. Este artigo apresenta resultados parciais do projeto de extensão “Redes Sociais do PGP”, analisando o uso dessas plataformas como instrumentos de divulgação, integração e fortalecimento da comunidade acadêmica, oferecendo subsídios para aprimorar estratégias de ensino, pesquisa e extensão.

2. Metodologia

O projeto de extensão Redes Sociais do PGP foi desenvolvido a partir da utilização de mídias sociais como ferramentas de comunicação institucional e interação acadêmica. A pesquisa teve caráter aplicado e descritivo, com abordagem quantitativa e qualitativa. Inicialmente, realizou-se o planejamento de conteúdo digital voltado à divulgação das atividades do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da UEM, priorizando publicações em formato de vídeos, postagens informativas e materiais de engajamento com a participação dos alunos.

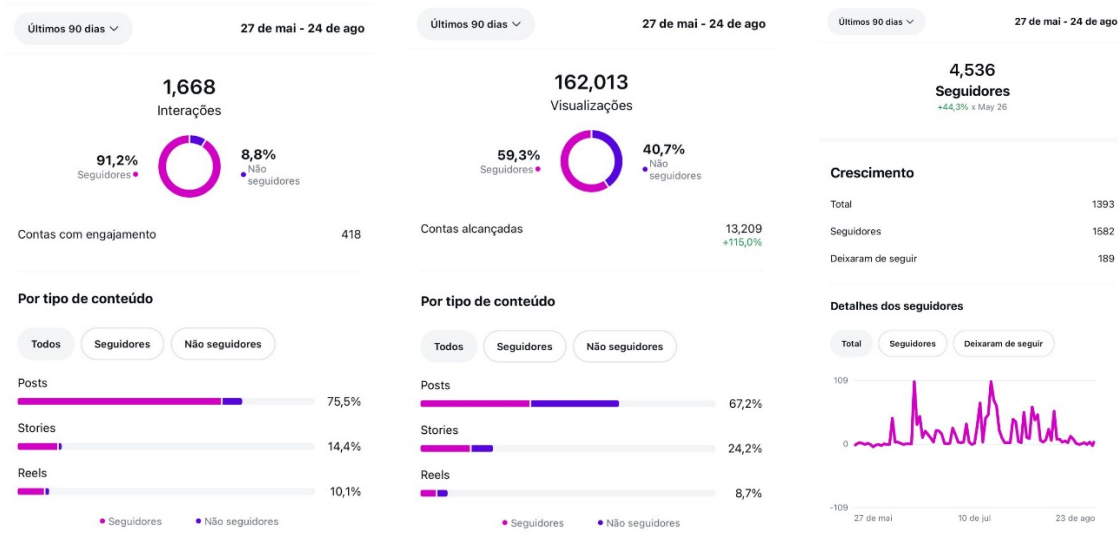
As ações foram executadas por meio da plataforma Instagram, selecionada por sua ampla aceitação entre o público-alvo e por disponibilizar ferramentas de análise de desempenho. Os dados foram coletados no período de referência 2024/2025 utilizando a ferramenta de métricas nativa da plataforma, que possibilitou o acompanhamento de indicadores como número de visualizações, interações, alcance das publicações e crescimento de seguidores.

Além da análise estatística dos indicadores, foi realizada uma observação qualitativa sobre as dinâmicas de engajamento e a receptividade do público às diferentes estratégias adotadas. Essa abordagem permitiu identificar tendências de comportamento e avaliar a efetividade dos conteúdos no fortalecimento da identidade digital do programa.

3. Resultados e Discussão

A análise das métricas do Instagram permitiu avaliar o impacto das estratégias de conteúdo voltadas ao engajamento acadêmico. A Figura 2 mostra o desempenho do perfil após a inclusão de vídeos com participação dos alunos, destacando interações, visualizações e crescimento de seguidores.

Figura 1. Desempenho do perfil nas redes sociais por tipo de conteúdo



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de dados do Instagram Insights (2025)

No período analisado, o perfil alcançou 1.668 interações, sendo 91,2% provenientes de seguidores e 8,8% de não seguidores. Esse dado demonstra que, embora o público interno ainda represente a maior parcela de engajamento, há uma tendência de expansão para além da comunidade já consolidada, indicando o potencial da página em atingir novos públicos. Também foram registradas 162.013 visualizações, número expressivo que reforça a efetividade da estratégia de utilização da imagem dos alunos nos vídeos. Observou-se que 59,3% das contas alcançadas

correspondiam a não seguidores, enquanto 40,7% eram seguidores já vinculados ao perfil, o que evidencia a capacidade dos vídeos de ultrapassar a rede de alcance imediato, ampliando a visibilidade do programa e fortalecendo sua presença digital.

O perfil cresceu significativamente, alcançando 4.536 seguidores, evidenciando o interesse em conteúdos dinâmicos como vídeos com participação dos alunos. Esses recursos se mostraram eficazes para fortalecer a identidade digital do programa e promover interação com a comunidade acadêmica e externa, indicando que autenticidade, linguagem acessível e representatividade estudantil são fatores-chave para engajamento e visibilidade do Mestrado em Engenharia de Produção da UEM.

4. Considerações

Os resultados obtidos confirmam a relevância das mídias sociais como ferramentas estratégicas para comunicação acadêmica e divulgação científica, mostrando que vídeos com participação dos alunos ampliaram o alcance das publicações, aumentaram o engajamento e reforçaram a identidade institucional do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da UEM. O crescimento de seguidores e das visualizações evidencia que conteúdos dinâmicos e representativos aproximam mais o público, e o projeto de extensão “Redes Sociais do PGP” demonstra que, quando planejadas, essas plataformas podem integrar alunos, docentes e comunidade externa, ampliando a visibilidade das atividades acadêmicas e oferecendo base para estudos futuros sobre diferentes estratégias digitais, consolidando as mídias sociais como aliadas essenciais da pós-graduação.

Referências

KHAN, Sarfraz Ahmed; YASMEEN, Tahira; ZAID, Raham; BATTOOL, Tahira; HUSSAIN, Azzah Khadim; RIAZ, Aziza. The Impact of Social Media on Creativity and Collaborative Learning in Higher Education: A Student's Perspective. **The Critical Review of Social Sciences Studies**, v. 3, n. 1, p. 3438-3453, 2025.

AL-HAIL, Maryam; ZGUIR, Mariem Fekih; KOÇ, Muammer. Exploring digital learning opportunities and challenges in higher education institutes: Stakeholder analysis on the use of social media for effective sustainability of learning–teaching–assessment in a university setting in Qatar. **Sustainability**, v. 16, n. 15, p. 6413, 2024.