

PET 4.0 E A TRANSFORMAÇÃO DO CONHECIMENTO Democracia, Políticas Públicas e Inclusões



INSTAPET: O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE DISSEMINAÇÃO DE CONHECIMENTOS RELACIONADOS À ENGENHARIA ELÉTRICA

Área do trabalho: Engenharias

Bárbara Angélica Cardoso Andrade, João Pedro Pereira Barreto Bettiol, Vinicius Marcos Domingues Conceição, Wallison Henrique dos Santos Costa, Fabricio Parra Santilio, peteneufmt@googlegroups.com

Grupo PET Engenharia Elétrica, Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT, Cuiabá, Mato Grosso

RESUMO: O presente artigo é baseado no projeto de extensão do Programa de Educação Tutorial PET Engenharia Elétrica da Universidade Federal de Mato Grosso, que tem por objetivo central dar continuidade na transmissão de conhecimentos sobre a área da Engenharia Elétrica para a população durante a crise epidemiológica da COVID-19, por meio das redes sociais, neste caso em específico, utilizando a plataforma “Instagram”. À vista disso, o texto apresenta a forma como os PETianos desempenharam as etapas de organização e elaboração de materiais de linguagem visual e textual, buscando proporcionar uma melhor troca de saberes e evidenciar a correlação entre a Engenharia Elétrica e os meios de comunicação. Com o andamento do projeto, ficou evidente o considerável alcance atingido e o seu alto potencial comunicativo, disseminando ao público, além de assuntos da área da Engenharia Elétrica, temas pertinentes a UFMT e também relacionados a outros grupos PET.

Palavras-chave: extensão, comunicação, rede social.

Introdução

Diante da crescente evolução tecnológica que vivemos, considerando ainda a facilidade na propagação de informações por meios virtuais, aliados à necessidade de acompanhar as tendências de transmissão de conhecimento da sociedade contemporânea, a elaboração e desenvolvimento de uma conta em uma rede social, a exemplo do perfil situado no “Instagram” do Programa de Educação Tutorial (PET) de Engenharia Elétrica da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), vem a contribuir positivamente para a sociedade, não somente acadêmica ou dos profissionais da área, mas para o público em geral.

Surgido em outubro de 2010, o aplicativo Instagram, criado por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, tem seu funcionamento fundamentado no compartilhamento de fotos e vídeos de modo recreativo (DEMEZIO et al., 2016). Todavia, segundo Opinion Box (2021), com o advento da era digital, somado ao atual contexto epidemiológico de distanciamento social como forma de conter o coronavírus (COVID-19), a rede social conta com mais de 1 bilhão de usuários ativos, estando entre os principais meios de comunicação, sendo assim, a plataforma passou a ser utilizada também como meio de propagação de conhecimentos nas mais diversas áreas de forma interativa e dinâmica para alcançar o seu público-alvo.

PET 4.0 E A TRANSFORMAÇÃO DO CONHECIMENTO

Democracia, Políticas Públicas e Inclusões



De acordo com o levantamento da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2019, constatou-se que “82,7% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet, um aumento de 3,6 pontos percentuais em relação a 2018”. Em consequência disso, a população passou a ter uma tendência a obter em seus aparelhos digitais as redes sociais, desse modo, o manejo de um perfil no Instagram se torna totalmente viável, uma vez que o processo de disseminação de conteúdo acontece de forma relativamente simples, visto que consoante ao Avellar e Duarte (2021) o engajamento das redes em 2020 foi 25% maior do que em 2019, dado que está diretamente atrelado a pandemia do coronavírus.

Segundo Covaleski (2013, p.38) “a sociedade passou de uma mídia de massa para uma mídia segmentada e, através da interatividade, a uma mídia praticamente personalizada”. Nesse tocante, a relevância atrelada a esse projeto consiste no seu alto potencial comunicativo, visto que as redes sociais proporcionam um extenso alcance à públicos diversos, além de promover um ambiente democrático e educativo de forma dinâmica e acessível, o que, conseqüentemente, resulta em uma maior interação nos assuntos relacionados a área da engenharia elétrica.

Iniciada em março de 2020, a produção de conteúdo para o perfil do PET Elétrica, situado na rede social Instagram sob o nome de usuário @peteletricaufmt, surgiu apenas com o intuito de movimentar o perfil do grupo na rede social. Contudo, com o agravamento da crise sanitária gerada pela pandemia da COVID-19, o grupo viu a oportunidade de estabelecer com os alunos do curso de Engenharia Elétrica da UFMT e a comunidade externa um novo meio de comunicação, assim, respeitando o isolamento social e dando continuidade na tríade que estabelece o funcionamento dos grupos PET, o ensino, a pesquisa e a extensão.

Logo, em junho de 2020 o grupo PET cadastrou o projeto de extensão intitulado “InstaPET: o Instagram como ferramenta de disseminação de conhecimentos relacionados à Engenharia Elétrica”, o projeto foi registrado na plataforma SIEx - Sistema de Extensão da UFMT. Apesar de pertencer a área de conhecimento de engenharias, o projeto foi registrado com a área temática “comunicações”. Devido ao cronograma inicial, o seu encerramento estava previsto para fevereiro de 2021, mas com a continuidade das atividades online e a impossibilidade de se voltar ao ensino presencial, a execução do projeto foi estendida por mais um ano, estando previsto para encerrar em fevereiro de 2022.

Diante do exposto, a criação desse projeto de extensão pelo grupo PET Elétrica é pautado na progressão da transmissão de conhecimentos relacionados a área da engenharia elétrica diante do contexto epidemiológico atual, por meio das redes sociais, de forma totalmente remota, levando tais conhecimentos a um público maior e externo, uma vez que, como mostrado, a difusão de conteúdos tem um impacto consideravelmente superior quando é subsidiado por uma plataforma digital que apresenta um crescente número de usuários e engajamentos, que é o Instagram.

PET 4.0 E A TRANSFORMAÇÃO DO CONHECIMENTO Democracia, Políticas Públicas e Inclusões

Método

Inicialmente, foi realizado um levantamento bibliográfico dos conteúdos abordados no curso de Engenharia Elétrica da UFMT, bem como de outros assuntos relevantes e que são tendências na área da eletricidade. Isso serviu para auxiliar no processo de planejamento, execução e avaliação do projeto.

Com o levantamento bibliográfico concluído, o próximo passo corresponde a criação do cronograma mensal de publicações por meio da plataforma Trello, sendo os temas e as postagens organizadas por dia de publicação. Posteriormente, é realizado a produção dos conteúdos visuais e textuais de cada postagem. Para a elaboração das imagens, são utilizados o software “Adobe Photoshop” e a plataforma “Canva”. Já o conteúdo textual são elaborados com base no material bibliográfico levantado no primeiro passo das atividades. Por fim, são realizadas as publicações.

A avaliação do projeto acontece de duas formas, sendo a primeira de caráter quantitativo, analisando o próprio engajamento das publicações, levando em conta o número de curtidas, comentários e a quantidade de visualizações, sendo todas essas métricas fornecidas pela rede social Instagram. A segunda forma de avaliação foi de caráter qualitativo, através da realização de enquetes da ferramenta "stories" do próprio Instagram. Esta segunda etapa possibilitou analisar se o projeto, através do conteúdo publicado, gerava um impacto positivo ou não na vida do público do perfil.

Resultados e Discussão

A partir das próprias ferramentas de gestão da rede social Instagram, foi possível coletar as métricas de engajamento obtidas ao longo das publicações. As Figuras 1 e 2 evidenciam como o Instagram do PET Elétrica da UFMT, mediante o trabalho de disseminação de conteúdos relacionados a área da engenharia elétrica, proveniente de uma conta que em março de 2020 possuía cerca de 600 seguidores e pouco mais de 100 publicações, atingiu quase 20 mil seguidores e 517 publicações até junho de 2021, com um alcance máximo de 421 mil contas em uma única postagem. Além disso, nas semanas do dia 03/12/2020 até 01/01/2021, o perfil do PET obteve mais de 2 milhões de impressões em suas publicações, conforme apresentado na Figura 2, sendo este o número de vezes em que o perfil do PET Elétrica apareceu na tela do aplicativo dos usuários da rede social.



FIGURA 1: Número de contas alcançadas em uma única publicação do PET Elétrica no dia 17/01/2021.



FIGURA 2: Número de impressões obtidas no perfil do PET Elétrica de 03/12/2020 à 01/01/2021.

Com este número de contas alcançadas, foi possível superar não só o número de pessoas que geralmente alcançávamos em ações de extensão presenciais, algo próximo de 50 a 100 pessoas, mas também a expectativa de público que pretendíamos atingir ao criar o projeto, cerca de 50000 pessoas.

Em relação à aceitação do público ao conteúdo publicado, as métricas de engajamento fornecidas pela própria plataforma Instagram, como curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos, alcance das publicações e também o feedback positivo dos seguidores mostram que o conteúdo publicado vem tendo um impacto significativo para os seguidores. Os assuntos que obtiveram melhor resultado foram os que traziam informações mais práticas do cotidiano, como diagramas elétricos, dicas de segurança, ferramentas e vídeos rápidos. Além dos números das métricas, são recebidos constantemente elogios dos seguidores em relação ao conteúdo publicado e até novas sugestões de conteúdo a serem abordados, o que evidencia a relevância do conteúdo postado pelo grupo PET Elétrica, bem com o sucesso em levar conhecimento a comunidade interna e externa a UFMT e também o fator principal da extensão universitária que é a troca de conhecimento e experiência, que aqui é realizada por meio das mensagens e comentários nas postagens.

Conclusões

O projeto de extensão InstaPET, foi elaborado com o intuito de transmitir conhecimento e informações sobre conteúdos de eletricidade por meio da rede social Instagram. Os PETianos/as conseguiram ter a experiência e a noção de como o

PET 4.0 E A TRANSFORMAÇÃO DO CONHECIMENTO Democracia, Políticas Públicas e Inclusões



posicionamento nas mídias digitais são importantes na sociedade contemporânea e além disso, conseguiram passar pela dificuldade de estabelecer um novo meio de comunicação entre o curso de Engenharia Elétrica da UFMT com a comunidade externa, suprimindo, de certa forma, o distanciamento provocado pela pandemia do COVID-19.

O projeto apresentou um excelente retorno dos graduandos da Engenharia Elétrica da UFMT, assim como também da comunidade externa, e isso pode ser comprovado por diferentes números de interação e elogios na plataforma digital do Instagram. Como repercussão do crescimento da página do PET Eng. Elétrica no Instagram, possibilitou que o mesmo atue como um divulgador de conteúdos da área de engenharia elétrica, em assuntos pertinentes a universidade, causas sociais, eventos e ações executadas por outros grupos PET.

Por meio deste projeto, foi possível levar conhecimento da área de engenharia elétrica a comunidade interna a UFMT, bem como proporcionar a interação dos PETianos/as com a sociedade, fortalecendo, assim, a extensão universitária dentro da Universidade Federal de Mato Grosso.

Agradecimento

Os autores expressam seus agradecimentos ao Fundo Nacional de Educação – FNDE e SESu/MEC pelas bolsas do Programa de Educação Tutorial (PET) do grupo PET Engenharia Elétrica do curso de Graduação de Engenharia Elétrica da UFMT e outros apoios financeiros que viabilizaram o projeto.

Referências

Governo do Brasil, Acesso à Internet cresceu nos lares brasileiros. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/04/acesso-a-internet-cresceu-nos-lares-brasileiros>>. Acesso em: 08, julho. 2021.

COLAVESKY. Idiossincrasias Publicitárias. Curitiba: Maxi Editora, 2013.

DEMEZIO, Carla; SILVA, Danilo; RODRIGUES, Dhonnata; OLIVEIRA, Gabriela; BARBOSA, Karolayne; MELO, Prof. Ms. Cristianne. O Instagram como ferramenta de aproximação entre Marca e Consumidor. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Caruaru, PE. 2016. p. 1-12.

D'ANGELO, Pedro. Pesquisa Instagram no Brasil 2021: dados exclusivos de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram pelos brasileiros. Opinion Box, 2021. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>>. Acesso em: 08, julho. 2021

AVELLAREDUARTE. Internet no Brasil 2021 (estatística). Disponível em: <<https://www.avellareduarte.com.br/internet-no-brasil-2021-estatisticas/>>. Acesso em: 8, julho. 2021.