O Impacto da Divulgação de Ações de Extensão Universitária nas Redes Sociais

Arthur R. da Silva[1], Gustavo Henrique A. Rodrigues[1], Iolanda S. Goldoni[1], Lohan Luka A. dos Reis[1], Evanise Araujo Caldas Ruiz[1], Angélica Sayuri Mizutani[1]

[1]Campus Paranavaí – Instituto Federal do Paraná (IFPR)
Rua José Felipe Tequinha, 1400 – Jardim das Nações
Paranavaí – PR – Brasil – CEP 87703-536

{20251pvai10030037, 20251pvai10030004}@estudantes.ifpr.edu.br
{20251pvai10030001, 20251pvai10030003}@estudantes.ifpr.edu.br
{evanise.ruiz, angelica.mizutani}@ifpr.edu.br

1. Introdução

A extensão universitária é compreendida como um processo interdisciplinar, educativo, cultural, científico e político que promove a interação transformadora entre a universidade e outros setores da sociedade [FORPROEX 2012]. As redes sociais, por alcançarem públicos externos ao ambiente acadêmico, tornaram-se um canal relevante para dar visibilidade a essa aproximação, inclusive após a curricularização da extensão.

Neste contexto, as Práticas de Extensão do curso de Engenharia de Software do Instituto Federal do Paraná (IFPR), Campus Paranavaí, desenvolveram no Instagram a campanha "A Extensão Conecta Universidade e Sociedade", organizada em sete frentes temáticas conduzidas por equipes distintas [IFPR 2026]. Este trabalho analisa a frente "Benefícios para os Estudantes", da equipe Soft and Ware, sobre o impacto da extensão na formação profissional.

O objetivo é relatar, de forma descritiva, a visibilidade (visualizações) e as interações registradas pelo conteúdo dessa frente, comparando carrossel e stories, e discutir o que esses indicadores permitem afirmar. Trata-se de um relato de experiência, sem inferência estatística nem avaliação de aprendizagem ou de impacto social.

2. Desenvolvimento

2.1. Campanha e material analisado

A frente da Soft and Ware foi publicada em 6 de agosto de 2026, com a identidade visual comum da campanha [IFPR 2026]: um carrossel no feed ("Impactos da Extensão na Formação Profissional") e cinco stories orientados pela pergunta "Como a extensão prepara o estudante para o mercado de trabalho?". Os Stories 1 e 5 foram expositivos; o Story 2 trouxe uma barra de concordância ("a experiência prática é tão importante quanto o conhecimento técnico"), o Story 3 uma enquete sobre o que a extensão proporciona ao estudante e o Story 4 uma caixa de perguntas sobre a habilidade mais importante no mercado de trabalho.

2.2. Coleta e definição das métricas

Os dados vieram do Insights do Instagram: da conta Soft and Ware, que não publicou outros conteúdos no período e a que se referem os dados por publicação, e da conta PEXES (Projetos de Extensão do curso), da qual só se coletaram métricas agregadas. A extração ocorreu cerca de sete dias após a publicação; as métricas de conta e a variação de seguidores correspondem a essa janela [Equipe Soft and Ware 2026]. *Visualizações* são as exibições do conteúdo, incluindo repetições pela mesma conta; *alcance* (contas distintas atingidas) não foi extraído por publicação; *interações* são as ações registradas pelo Insights (no carrossel, curtidas, comentários, republicações e compartilhamentos; nos stories, o total da ferramenta, sem detalhe por tipo) e indicam reação ao conteúdo, não aprendizagem.

3. Resultados e Discussão

A Tabela 1 mostra o desempenho de cada publicação. O carrossel registrou 2.378 visualizações e 104 interações (43 curtidas, 25 comentários, 19 republicações e 17 compartilhamentos); o Story 1, o melhor entre os stories, 1.809 e 39, ou seja, o carrossel teve 569 visualizações a mais (31,5%) e 2,7 vezes mais interações. Como o carrossel permanece no feed e os stories ficam disponíveis por 24 horas, e os formatos diferem em recursos de interação e distribuição, a comparação não é controlada e não permite concluir que um formato seja superior.

Tabela 1. Visualizações e interações por publicação (conta Soft and Ware, publicadas em 6/8/2026; dados extraídos após sete dias)

Publicação	Visualizações	Interações
Carrossel (feed)	2.378	104
Story 1	1.809	39
Story 2	1.166	29
Story 3	1.073	28
Story 4	1.014	28
Story 5	955	27
Total da tabela	8.395	255

Nos stories, as visualizações caem de 1.809 a 955 (-47,2%), padrão compatível com perda de audiência ao longo da sequência, sem que os dados indiquem as causas. O Story 2 recebeu 29 respostas, com a média da barra em “concordo totalmente”; no Story 3, 18 dos 21 votos (86%) foram em “todas as alternativas acima”, 2 em “aplicar a teoria na prática”, 1 em “interagir com a comunidade” e nenhum em “desenvolver habilidades”; o Story 4 recebeu 27 respostas (como proatividade, curiosidade, aprendizado contínuo e liderança). São grupos pequenos e autosselecionados, possivelmente com pessoas próximas à equipe, que registram opiniões declaradas e não permitem avaliar aprendizagem ou conscientização. Curtir, comentar e compartilhar são formas de trabalho conversacional [Recuero 2014]; assim, os 25 comentários e 19 republicações do carrossel indicam reação de parte do público, sem que se possa qualificá-la.

Em nível de conta, a Soft and Ware registrou cerca de 8,5 mil visualizações (valor arredondado; a tabela soma 8.395), 81% de contas não seguidoras, 176 visitas ao perfil

(+506,9% sobre o período anterior) e 369 interações, 84,7% de seguidores. A visibilidade atingiu, portanto, sobretudo não seguidores, mas as interações vieram principalmente de seguidores. Não seguidores não equivalem necessariamente à comunidade externa: podem ser estudantes e servidores do IFPR que ainda não seguiam a conta. A diferença entre as 369 interações da conta e as 255 da tabela (114) não pôde ser esclarecida; como não houve outros conteúdos no período, pode decorrer de interações com conteúdos anteriores ou de tipos de interação não detalhados por publicação, e a tabela não representa o total da conta.

Os seguidores passaram de 19 para 54 (variação líquida de +35, ou +184% sobre uma base pequena); o Insights informa só a variação líquida, sem entradas e saídas. A PEXES permaneceu em 122 seguidores, com 1.043 visualizações (35,8% de não seguidores), 16 visitas ao perfil (+433,3%, de cerca de 3 para 16) e 99 interações (83,9% de seguidores). Variação líquida nula não significa ausência de novos seguidores. Diferenças entre as contas podem associar-se a tamanho da audiência, conteúdo, chamadas à ação e frequência de publicação, fatores não testados aqui.

4. Limitações

Este relato tem limites: (i) período curto (sete dias); (ii) poucas publicações (um carrossel e cinco stories) de uma única equipe; (iii) visualizações, que podem repetir exibições, sem alcance por publicação; (iv) impossibilidade de separar a comunidade externa de estudantes e servidores entre os não seguidores; (v) poucos respondentes autosselecionados; (vi) diferença não esclarecida entre as interações da conta e as da tabela; (vii) variação de seguidores apenas líquida; e (viii) ausência de avaliação de aprendizagem, conscientização ou impacto social.

5. Conclusão

Neste relato, a divulgação da frente Soft and Ware resultou, em sete dias, em cerca de 8,5 mil visualizações na conta (81% de não seguidores) e em variação líquida de +35 seguidores, com 84,7% das interações vindas de seguidores. O carrossel registrou mais visualizações e interações que cada story, sem que isso se generalize a todo carrossel, e os stories interativos reuniram respostas de pequenos grupos (29, 21 e 27) que descrevem opiniões declaradas. As conclusões limitam-se à visibilidade e às interações observadas. Em ações futuras, sugere-se testar chamadas à ação explícitas, frequências de publicação e a concentração das informações principais nos primeiros stories, em período e número de publicações maiores e com coleta de alcance.

Referências

Equipe Soft and Ware (2026). Dados de engajamento de campanha no instagram. Relatório interno.

FORPROEX (2012). Política nacional de extensão universitária. Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras.

IFPR (2026). Diretrizes para práticas de extensão em engenharia de software.

Recuero, R. (2014). *Redes sociais na internet*. Sulina, Porto Alegre.