

Estratégias digitais de comunicação com a comunidade externa

Antônia Magoga Costa¹, Luísa de Oliveira Moretto², Marcos Vinícios Luft², Cleber Cervi², Roger Sá da Silva³

¹Autor(a)/Apresentador(a), ²Coautor(a), ³Orientador(a)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) - Campus Veranópolis.
Veranópolis, RS

O projeto de extensão Por dentro do campus: a comunicação nas redes sociais tem como propósito aprimorar a relação do Instituto Federal do Rio Grande do Sul – Campus Veranópolis com a comunidade externa e interna, suprindo fragilidades identificadas na comunicação institucional e ampliando a visibilidade da instituição na região. Mesmo após uma década de implantação, constatou-se, por meio de avaliações institucionais e demandas da Secretaria Municipal de Educação, que parte significativa da comunidade desconhece os cursos, as ações e a gratuidade ofertada, o que evidencia a relevância da proposta. O objetivo central do projeto consiste em tornar a comunicação mais efetiva, divulgando cursos, processos seletivos, atividades de ensino, pesquisa e extensão, bem como oportunidades de interação com a sociedade. Para tanto, são utilizadas estratégias baseadas em linguagem simples e recursos digitais acessíveis, visando superar barreiras de compreensão e ampliar o alcance das informações. A metodologia envolve a produção e a gestão de conteúdos para as redes sociais já existentes do campus, como Instagram e Facebook, além da implementação de um perfil no Tiktok, de forma a atingir públicos de diferentes faixas etárias. A execução contempla o planejamento e a criação de materiais digitais (imagens, vídeos, carrosséis, stories), a publicação de conteúdos temáticos e institucionais e o monitoramento de métricas de engajamento. O projeto inspira-se em iniciativas de outros campi e está alinhado ao Plano de Desenvolvimento Institucional 2024–2028, que identifica a comunicação como ponto estratégico para o fortalecimento da imagem institucional. Os resultados de 2025 demonstram impactos consistentes: o perfil institucional no Instagram passou de aproximadamente 2.100 seguidores em janeiro para 2.491 em setembro, um aumento de 16% na base de seguidores, com mais de 11 mil interações acumuladas no período. Destaca-se ainda que conteúdos estratégicos superaram 8 mil visualizações, ampliando em até dez vezes a média registrada antes do início do projeto. A análise demográfica confirma a efetividade do alcance, evidenciando que 76,7% dos seguidores têm entre 18 e 44 anos e que a maioria pertence à própria região de abrangência, o que reforça a pertinência da comunicação com potenciais estudantes e suas famílias. Além disso, em 2025 foi criado o perfil oficial do campus no Tiktok, que já reúne cerca de 150 seguidores; o primeiro vídeo publicado obteve 250 curtidas e alcançou quase 3 mil visualizações, sinalizando o potencial da plataforma para ampliar o diálogo com novos públicos. Conclui-se que o projeto consolidou as redes sociais, especialmente o Instagram e o Tik Tok, como canais estratégicos de comunicação institucional e de engajamento da comunidade, fortalecendo a imagem do IFRS Campus Veranópolis e ampliando a sua função social como espaço de formação, difusão de conhecimento e integração regional.

Palavras-chave: Comunicação institucional; Comunidade externa; Mídias digitais.

Trabalho executado no: o Edital PROEX Nº 46/2024 – Bolsa de Extensão Núcleo de Memória – Ação de recuperação do arquivo do IFRS campus Porto Alegre, Edital PROEX 5/2024- Complementar ao Edital 46/2024- Bolsa de Extensão Núcleo de Memória – Ação de Recuperação do Arquivo do IFRS campus Porto Alegre, Edital Proex nº 17/2024: vinculado ao Edital Nº 13/2024- Bolsa de Extensão para Programas e Projetos no âmbito da Pró-reitoria de Extensão (Proex) do IFRS, Edital PROEX Nº 39/2024 – Edital de Auxílio Institucional à Extensão 2025, Edital PROEX Nº 12/2025: Edital de Concessão de Auxílio

