

Por dentro do campus

Milena Caratti de Almeida¹, Carolina Kruse Ramos², Eduarda Furlan Deconto², Roger Sá da Silva², Marcos Vinícios Luft³

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

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

O projeto “Por dentro do Campus!” tem por objetivo melhorar a interação com a comunidade externa por meio da divulgação dos cursos, suas formas de ingresso e a gratuidade dos mesmos, e, também, das atividades desenvolvidas no campus. De maneira mais específica, engajar os alunos (bolsistas ou não) e servidores na divulgação da instituição, através da divulgação de ações realizadas no âmbito das disciplinas, dos cursos e dos projetos de ensino, pesquisa e extensão e divulgar informações importantes para a comunidade interna e externa (processo seletivo, eventos, benefícios estudantis, editais de bolsas). Desse modo, procura-se sanar uma das dificuldades mais sentidas no IFRS Campus Veranópolis, que é a sua relação com a comunidade externa. Afinal, percebe-se que, mesmo após quase oito anos de implantação e diversas ações de divulgação, muitas pessoas na região ainda desconhecem a instituição. Além disso, também busca-se uma melhor comunicação com a comunidade interna. Dessa maneira, almeja-se tornar a comunicação do campus mais efetiva com a comunidade interna e, especialmente, com a comunidade externa, divulgando as informações mais importantes para os estudantes do campus e as oportunidades para a comunidade externa, por meio das redes sociais, com participação de duas estudantes bolsistas. Para tanto, o projeto visa ampliar os meios e canais de comunicação do campus por meio da produção de conteúdos para os perfis oficiais da instituição nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter, com prioridade ao Instagram. Justifica-se a escolha de Instagram e Twitter pelo seu alcance, sobretudo com o público mais jovem, especialmente adolescentes, público-alvo do ensino médio integrado. Nessa perspectiva, para a produção dos conteúdos gráficos das postagens, utiliza-se ferramentas online disponíveis gratuitamente que contam com uma vasta gama de layouts, designs e banco de imagens com licença gratuita para uso, como Canva.com. Ainda, é utilizado a plataforma Trello para organizar e dividir tarefas entre as estudantes bolsistas e professores colaboradores. A avaliação é feita de forma quantitativa, de forma direta, através da contabilização do número de engajamentos nas redes sociais. Assim sendo, evidencia-se que, durante o período de 13 de agosto a 11 de setembro de 2022, 1.880 contas foram alcançadas pelo perfil oficial do campus no Instagram, o que representa um crescimento de 200% em comparação ao período de 14 de julho a 12 de agosto de 2022. Além disso, as impressões cresceram mais de 230%, alcançando a marca de 33.707 impressões durante o período. Ainda, espera-se, como resultado, uma maior articulação da comunidade externa e também da interna com o campus e um maior conhecimento sobre a instituição.

Palavras-chave: Comunidade externa; Redes sociais; Comunicação.

Trabalho executado no: Edital IFRS nº 57/2020, Edital IFRS nº 95/2021, Edital IFRS nº 13/2022, Edital IFRS nº 034/2022 e Edital IFRS Nº 18/2022.