

USO DE REDES SOCIAIS NA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PROGRAD/UFC

VI Encontro de Monitoria de Projetos da Graduação

Sabrina Teixeira de Sousa, Raiane Cunha Ribeiro, Lucas Paulino Soares, Monica Cristina de Lucena Lucas

Com a expansão do acesso à internet e sua popularização, sobretudo nos segmentos mais jovens da população, as instituições de ensino estão fazendo uma utilização mais intensa das redes sociais como canal de comunicação com seu público. Na Prograd, esse tipo de comunicação é feito com o intuito de divulgar notícias, eventos, editais e campanhas de interesse da comunidade estudantil. Serve ainda para receber dúvidas, críticas e sugestões da comunidade acadêmica. Este trabalho se propõe a analisar o uso das redes sociais pela Divisão de Comunicação da Pró-Reitoria de Graduação da Universidade Federal do Ceará (Prograd/UFC). O objetivo principal é verificar os impactos dessa abordagem específica no processo de comunicação com os diferentes segmentos de seu público – alunos, professores, pré-universitários, familiares e sociedade em geral – e como o seu acompanhamento pode contribuir em ações e decisões da gestão da pró-reitoria. Para tanto nos concentraremos sobre o Facebook no semestre 2016.1. A partir das métricas fornecidas pela própria rede social, faremos um levantamento dos conteúdos e formatos publicados na fanpage da Prograd/UFC que mais favorecem a interação e o engajamento do público. Analisaremos a composição das postagens, a partir dos textos, produções gráficas, vídeos e links, etc, bem como sua repercussão, através de curtidas, comentários e compartilhamentos e em que medida essa interação influenciou a gestão da comunicação e, de maneira mais abrangente, das ações institucionais relativas à Prograd. Desta maneira, podemos verificar que se trata de um meio de contato direto com a Prograd, mediado por uma equipe de comunicação, em que as informações são trocadas de forma simples e prática, com linguagem apropriada. Ao fornecer, com facilidade de acesso, material relevante e respostas rápidas a dúvidas e críticas, o uso das redes sociais contribui para que os públicos estejam informados e ambientados ao universo acadêmico da graduação.

Palavras-chave: comunicação. redes sociais. difusão de informações.