



**Curte aqui! - produção e divulgação de conteúdo no Instagram institucional do *campus* Conselheiro Lafaiete**

**Coordenador (es): Viviane Gonçalves Curto**

**Membros da equipe: Yasmim Gabrielly Marques Lima**

**Campus: Conselheiro Lafaiete**

**Área Temática<sup>[1]</sup>: Comunicação**

## **RESUMO**

Este projeto consiste em uma ação voltada para a potencialização e o aprimoramento da comunicação via Instagram estabelecida entre o IFMG- campus Conselheiro Lafaiete e suas comunidades interna e externa por meio da produção e divulgação de conteúdos relativos às ações promovidas pelo campus e às outras temáticas associadas ao cotidiano dos alunos e servidores da instituição. Para isso, o projeto conta com a bolsista Yasmim Gabrielly Marques Lima que atua junto ao setor de comunicação do campus. Sob orientação da professora coordenadora desta ação, a estudante utiliza seu letramento digital na plataforma e seus conhecimentos multimodais para a produção frequente de conteúdo. Com a constância, quantidade e qualidade das postagens realizadas, o projeto busca contribuir com o estreitamento da interação entre comunidade interna, externa e a instituição, reforçando o compromisso do IFMG com a competência e a transparência na oferta de educação pública, gratuita e de qualidade.

Palavras-chave: TIC'S, Instagram, comunicação institucional.

## **INTRODUÇÃO**

Atualmente, os dois principais canais oficiais de comunicação do IFMG- campus Conselheiro Lafaiete com a comunidade interna e externa do campus são o site institucional e o perfil do Instagram. No entanto, verifica-se na prática que o Instagram é o mais acessado pelos alunos da própria instituição, por seus familiares e até mesmo pelos demais usuários que desejam se informar sobre o campus. Nele são postadas informações sobre eventos, editais, ações institucionais (como projetos desenvolvidos) ou até mesmo campanhas de conscientização sobre temas diversos. Muitas vezes, essa plataforma é a “porta de entrada” para o site



institucional, onde o usuário pode encontrar um volume maior e mais detalhado de informações acerca da instituição.

A produção e a divulgação de conteúdos nesses canais é feita pelo coordenador do setor de comunicação, o servidor Márcio Carlos Pires. Recentemente o campus recebeu a bolsista Karla Rezende para atuar no estúdio local de audiovisual e ela também tem auxiliado na produção de vídeos e imagens para registro e postagem nos canais oficiais de comunicação do campus, embora sua função no local seja outra - oferecer suporte para a gravação de aulas e a elaboração de produtos midiáticos de vídeo e som no espaço. No entanto, a demanda pela produção e publicação de conteúdos no site e no Instagram é grande e cada vez mais crescente. Atualmente a maior parte das postagens do perfil institucional do IFMG-campus Conselheiro Lafaiete nesse rede social consiste em materiais elaborados pela reitoria do IFMG para reprodução local e na divulgação de editais da instituição. Além disso, a frequência das publicações ainda é baixa (aproximadamente uma postagem semanal), considerando o desejável para essa plataforma.

Para que as publicações do Instagram do campus se tornem mais frequentes e possam acompanhar o dia a dia do campus, registrar as ações de seus alunos e servidores e ainda produzir conteúdos informativos e educativos relacionados o cotidiano da instituição, é preciso então a participação de mais sujeitos. Propõe-se, então, por meio deste projeto a seleção e orientação de um aluno dos cursos integrados para contribuir nessa frente de trabalho, pois se acredita que seu letramento digital na plataforma e seus conhecimentos multimodais possam auxiliar na apresentação interessante do campus e de seu cotidiano sob a perspectiva de um dos seus sujeitos constituintes.

## **DESENVOLVIMENTO (FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLOGIA)**

As novas tecnologias da comunicação (TIC's) reconfiguraram nossas práticas comunicativas envolvendo a leitura e produção de mensagens e, conseqüentemente, promoveram o surgimento de um tipo especial de mentalidade e pensamento relacionado ao uso de tais tecnologias (BAWDEN, 2008; BUZATO, 2007). Um exemplo disso é o fato de que buscamos nos informar por outros meios não-tradicionais de comunicação, como o Instagram, por exemplo.

Inicialmente, mais precisamente em 2010, o Instagram foi concebido como uma rede social gratuita de compartilhamento de fotos e vídeos. Rapidamente ele se difundiu e expandiu suas ferramentas de publicação e controle à informação, o que propiciou uma experiência personalizada e mais interativa entre os usuários e os conteúdos produzidos (ALVES, MOTA, TAVARES, 2018). A plataforma é utilizada



hoje não só para a comunicação de fins pessoais, como também para fins comerciais e institucionais.

Dessa forma, o Instagram torna possível também a divulgação de produtos e serviços oferecidos por empresas privadas e instituições públicas, como o IFMG, por exemplo. Nesse último caso, a rede social contribuiu para a promoção do marketing público (PEREIRA, NADAL, CARBONERA, 2022), que tem como um dos seus objetivos a comunicação eficiente e dinâmica dos órgãos públicos com a sociedade. Graças ao grande alcance da plataforma, que no Brasil possui 134,6 milhões de usuários (DOURADO, 2025) frente a uma população de aproximadamente 212 milhões de habitantes, o Instagram tem sido utilizado como uma importante ferramenta de comunicação.

Diante de tal contexto, as práticas de interação institucional com a comunidade atendida requerem atenção especial e esforços conjuntos para contemplar as especificidades e possibilidades que as novas tecnologias englobam. Nessa direção, semanalmente define-se a pauta de publicações a serem realizadas, a revisão de materiais produzidos e a orientação de postagens futuras etc. Todo o conteúdo produzido é publicado no Instagram do *campus* após a revisão.

## RESULTADOS E DISCUSSÕES (considerações finais)

Desde que o projeto se iniciou, pode-se verificar que as publicações referentes ao cotidiano do campus, incluindo os eventos, projetos e outras ações realizadas se tornaram mais frequentes na página. Dessa forma, o IFMG- Conselheiro Lafaiete têm apresentado à sua comunidade externa e interna não só os conteúdos burocráticos institucionais, como também as ações nele desenvolvidas nos âmbitos do ensino, da pesquisa e da extensão. Com isso, as postagens têm contribuído também para a divulgação do campus e seu conhecimento por parte dos moradores de Conselheiro Lafaiete, consolidando a marca “IFMG” na nossa cidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALVES, André Luiz; MOTA, Marlton Fontes; TAVARES, Thiago Passos. **O Instagram no processo de engajamento das práticas educacionais: A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem.** Revista Científica da FASETE, Paulo Afonso, 2018. Disponível em <https://www.publicacoes.unirios.edu.br/index.php/revistarios/article/view/295>, acesso em 05 de abril de 2025



BAWDEN, David. Origins and concepts of digital literacy. In: LANKSHEAR, Colin; KNOBEL, Michele. **Digital Literacies: concepts, policies and practices**. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

BUZATO, Marcelo El Khouri. **Entre a fronteira e a periferia: linguagem e letramento na inclusão digital**. 2007. 285P. Tese (doutorado em Linguística Aplicada). Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

DOURADO, Bruna. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2025, com insights, ferramentas e materiais, 2025**. Disponível em <https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>, acesso em 05 de abril de 2025

PEREIRA, Isaac Brasil; NADAL, Adriana Aparecida da Silva; CARBONERA, Emerson Adriano. **O uso do Instagram como ferramenta de comunicação durante a campanha de combate à pandemia de covid-19 pela Secretaria de Saúde de Lages**. Lages, 2022. Disponível em <https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/2637>, acesso em 05 abril de 2025.