II JORNADA NACIONAL DE EXTENSÃO DA UEMA
II FÓRUM ACADÊMICO INDÍGENA DA UEMA
TEMA: EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA E DESENVOLVIMENTO SOCIOPRODUTIVO
27 A 29 DE MAIO | UEMA SÃO LUÍS-MA

ENTRE POSTS E VOZES: O USO DO INSTAGRAM NA DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES EXTENSIONISTAS DO PODCAST, EI, SIÔ, ESCUTA AÍ!

Iana Maria Torres Silva[1]
UEMA – Campus Caxias
Mikaely Lorena da Silva Ferreira[2]
UEMA – Campus Caxias
Jakson dos Santos Ribeiro[3]
Instituição

Resumo: Este trabalho tem como finalidade apresentar o uso do Instagram como ferramenta divulgadora de projetos de extensão em podcast. Na atualidade, compreende-se a importância das redes sociais no cotidiano e sua facilidade de alcance informativo. Diante disso, por meio de postagens e divulgações amplas, facilita-se o acesso a informações voltadas para atividades extensionistas em formato de podcast. A partir disso, a pesquisa se baseará na análise de conteúdo na perspectiva de Laurence Bardin e na etnografia de tela, com o objetivo de compreender de forma clara e sistemática as publicações, interações e conteúdo, além de demonstrar práticas e comportamentos que acontecem nos ambientes digitais, mostrando como o Instagram atua como um espaço social com uma amplitude capaz de aproximar as práticas extensionistas das especificidades do público.

Palavras-chave: Instagram, Extensão, Podcast, Divulgações, Análise.

BETWEEN POSTS AND VOICES: INSTAGRAM IN THE DISSEMINATION OF EXTENSION PROJECTS VIA PODCAST

Abstract: This work aims to present the use of Instagram as a tool for promoting extension projects through podcasts. Nowadays, the importance of social media in everyday life and its ease of informational reach are widely recognized. In this context, through broad posts and dissemination, access to information related to extension activities in podcast format becomes easier. Based on this, the research will rely on content analysis from the perspective of Laurence Bardin (2016) and screen ethnography, with the objective of understanding, in a clear and systematic way, publications, interactions, and content, as well as demonstrating practices and behaviors that occur in digital environments. Furthermore, the study seeks to show how Instagram acts as a social space with a broad capacity to connect extension practices with the specificities of the audience.

Keywords: Instagram, Extension, Podcast, Dissemination, Analysis.

[1] Discente do curso de História Licenciatura do campus Caxias, bolsista voluntária. Email. ianatorres349@gmail.com
[2] Discente do curso de História Licenciatura do campus Caxias, bolsista voluntária. Email. projeto.mikaelylorena20@gmail.com
[3] Docente, orientador do Curso de História, Campus Caxias. Professor do Programa de Mestrado e Doutorado – PPGHIST/UEMA E PROFEI. UEMA. Email: noskcajzaionnel@gmail.com.

1. Introdução

No contexto da cultura digital na contemporaneidade, as redes sociais atuam como um precursor eficiente na circulação de informações, interação social e na divulgação de iniciativas acadêmicas. Com isto, dentre estas plataformas, é evidente o destaque do Instagram como meio divulgador eficaz, com seu amplo alcance e sua dinâmica comunicativa que permite um maior espaço estratégico para promoção de conteúdos educativos e científicos. Conjuntamente, o podcast vem se consolidando como uma ferramenta educacional acessível e versátil, capaz de aproximar estudantes universitários do conhecimento por meio de formatos sonoros. Como afirmam André Luís Alves, Marlton Fontes Mota e Thiago Passos Tavares (2018), o Instagram beneficia o engajamento e a socialização do ensino-aprendizagem por meio de interações dinâmicas e acessíveis. Nesse contexto, o podcast destaca-se como uma mídia capaz de aproximar os discentes e a comunidade.

Para além disso, as mídias sociais ampliam a circulação de conteúdo, fortalecendo práticas comunicacionais no âmbito digital, conforme discutem Alysson Bruno M. Assunção e Thais Mendonça Jorge (2014). Desta maneira, o uso do Instagram na divulgação de projetos de extensão em podcast intensifica o alcance das ações extensionistas e favorece maior interação com o público. De acordo com Eliane Marina Palhares Guimarães et al. (2022), os dispositivos digitais fortalecem a relação entre a universidade e a sociedade, ampliando a visibilidade das iniciativas acadêmicas.

Outrossim, o Instagram revela características estratégicas relacionadas ao engajamento de público e conteúdo que se aproximam das especificidades de cada usuário. Para Amanda Ferreira Lichtenheld, Caroline Velten Duarte e Angelo Bortolon (2018), a plataforma possibilita maior proximidade com os usuários por meio de conteúdos visuais, interativos e de rápida circulação das publicações e o impacto das estratégias de divulgação.

Diante disto, o presente trabalho tem como objetivo analisar o uso do Instagram como instrumento para a divulgação de projetos de extensão em formato de podcast, compreendendo suas estratégias de comunicação, interação e engajamento presentes na plataforma. Para tanto, esta pesquisa fundamenta-se na perspectiva de Laurence Bardin, associada à Etnografia de tela, buscando investigar práticas, publicações e comportamentos desenvolvidos no ambiente digital. Desta forma, pretende-se entender como a rede social Instagram atua como um espaço mediador e social nos fortalecimentos de práticas extensionistas na contemporaneidade.

2. Metodologia

O presente trabalho possui caráter descritivo e interpretativo, sendo desenvolvido com base em observações das práticas comunicacionais estabelecidas no Instagram como meio de divulgação de projetos de extensão e, forma de podcast. A pesquisa busca compreender de que forma as redes sociais contribuem para a circulação de conhecimento, fortalecimento das ações extensionistas e aproximação entre universidade e sociedade.

Como embasamento metodológico, foi utilizada a perspectiva de análise de conteúdo de Laurence Bardin, associada à etnografia de tela, possibilitando a investigação de interações e publicações desenvolvidas no ambiente digital. A partir dessa perspectiva, buscou-se analisar os sentidos presentes nos conteúdos compartilhados, considerando tanto os aspectos comunicacionais quanto as formas de participação e engajamento produzidas na plataforma.

As ações observadas envolveram a produção e divulgação de conteúdos digitais relacionados aos projetos extensionistas, utilizando recursos disponibilizados pelo Instagram, como publicações no feed e stories. A análise ocorreu por meio da observação das interações realizadas pelos usuários nas publicações, considerando elementos como curtidas, comentários, compartilhamentos e alcance dos conteúdos, buscando compreender como essas práticas favorecem a visibilidade das ações acadêmicas e ampliam o diálogo com diferentes públicos.

Além disso, a pesquisa dialoga com estudos que compreendem o Instagram como ferramenta estratégica de comunicação e divulgação de conhecimentos no ambiente digital (PAIVA et al., 2023), reconhecendo as redes sociais como espaços de interação, produção de narrativas e fortalecimento das práticas extensionistas.

3. Resultados

A elaboração de uma tabela para uma melhor compreensão do assunto foi fundamentada na articulação entre a etnografia de tela e a análise de conteúdo, metodologias que possibilitam compreender tanto os aspectos quantitativos da comunicação quanto qualitativos da comunicação digital desenvolvida no Instagram. A tabela foi construída a partir da observação direta das visões disponibilizadas pela plataforma Instagram, ajudando a compreender as interações, dinâmicas visuais e comportamentos dos usuários, para observar o que o público em si consome, compartilha e interage.

Por meio da captura e interpretação dos dados presentes, utilizamos como base o Projeto de Extensão em Podcast “Ei, siô! Escuta Aí!” para identificar as informações relacionadas ao alcance, visualizações, engajamento e público atingido.

Figura 1- Logomarca do podcast



Fonte: autores, 2026

Nesse sentido, os dados quantitativos — como as 2.030 visualizações, o alcance de 881 contas e os percentuais de seguidores e não seguidores — foram organizados em categorias analíticas para demonstrar o desempenho do conteúdo extensionista na rede social. A divisão entre stories e posts permitiu compreender quais formatos apresentaram mais eficácia comunicacional. Os stories concentram maior parte do meio circulador, com 73,1% das visualizações, mostrando sua rápida circulação e maior envolvimento do público. A interação de novos públicos foi construída a partir do dado de que 85,3% das visualizações partiram de não seguidores, demonstrando que o Instagram perpassa os limites do público já vinculado ao projeto, favorecendo o rápido acesso às informações extensionistas. A partir disso, permite-se reafirmar a importância do Instagram para a divulgação de projetos de extensão, funcionando como um meio de comunicação dinâmico.

Tabela 1 – Desempenho do Instagram segundo os Visões da Conta

Categoria de Análise	Percentual
Visualizações totais (2.030)	100%
Seguidores (participação)	14,7%
Novos Públicos	85,3%
Stories	73,1%
Posts	26,9%
Interações em Posts	65,2%
Engajamento gerado pelos stories	34,8%

Fonte: autores, 2026.

4. Discussão

O uso do Instagram na divulgação de projetos de extensão em podcasts evidencia novas formas de comunicação entre universidade e sociedade. A plataforma amplia o alcance dos conteúdos produzidos pelos projetos extensionistas, utilizando recursos que possibilitam romper barreiras de comunicação para atrair não só seu público-alvo, como também outras vertentes no âmbito digital.

Além disso, os podcasts favorecem a circulação ampla de conhecimento, trazendo vozes e experiências diversas, trazendo uma maior amplitude aos conhecimentos acadêmicos, se mais acessível à comunidade geral. Contudo, é intrínseco citar como o dinamismo das redes sociais pode levar à simplificação dos conteúdos acadêmicos apresentados, exigindo equilíbrio entre linguagem acessível e aprofundamento crítico. Portanto, o podcast e o Instagram, conjuntamente, fortificam a visibilidade das ações extensionistas, contribuindo para a democratização da comunicação universitária.

5. Conclusões

O uso do Instagram como meio de divulgação de ações extensionistas e compartilhamento de conteúdo mostra-se relevante por possibilitar maior alcance ao público e facilitar a circulação de conhecimentos no ambiente digital. Nesse contexto, as redes sociais tornam-

se importantes ferramentas de comunicação, aproximando universidade e sociedade por meio de conteúdos acessíveis e interativos.

O presente trabalho teve como objetivo analisar o uso do Instagram como instrumento de divulgação de projetos de extensão em formato de podcast, observando estratégias de comunicação, interação e engajamento presentes na plataforma. Para isso, a pesquisa fundamentou-se na perspectiva de Laurence Bardin, associada à etnografia de tela, possibilitando a observação das práticas, publicações e comportamentos desenvolvidos no ambiente digital.

O método utilizado consistiu na observação das interações realizadas nas publicações, considerando curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações dos conteúdos divulgados por meio de recursos como feed, stories e reels. A partir dessas análises, percebeu-se significativa participação do público, demonstrando o potencial das redes sociais na ampliação das ações extensionistas e na circulação de conhecimentos.

Como limitação da pesquisa, destaca-se a análise voltada para uma única plataforma digital e para um contexto específico de observação. Dessa forma, sugere-se que futuras pesquisas ampliem os estudos para outras redes sociais e diferentes formatos de comunicação extensionista no ambiente digital.

Referências

ASSUNÇÃO, Alysson Bruno M.; JORGE, Thaïs Mendonça. As mídias sociais como tecnologias de si. Esferas, v. 3, n. 5, 2014.

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 Rios Eletrônica, São Francisco, n. 19, p. 25-43, 2018.

GUIMARÃES, Eliane Marina Palhares et al. As ferramentas digitais aplicadas ao programa de extensão “aproxime-se do CAED/UFMG – edição 2021: relato de experiência”. Revista Extensão & Sociedade, v. 13, n. 1, p. 193-206, 2022.

LICHTENHELD, Amanda Ferreira; DUARTE, Caroline Velten; BORTOLON, Angelo. O Instagram como estratégia de marketing digital: uma pesquisa de ação na Wood Lanches. Artigo. Faculdade Brasileira Multivix, Colina de Laranjeiras, Serra-ES, 2018.

PAIVA, D. P.; LIMA, M. M.; DIÓGENES, R. S. et al. Uso do Instagram como ferramenta de educação em saúde acerca das plantas medicinais e fitoterapia. Revista de Extensão da UNIVASF, Petrolina, v. 11, n. 2, p. 62-72, nov. 2023. Disponível em: Revista de Extensão da UNIVASF. Acesso em: 19 abr. 2024.

VALLE, Paulo Roberto Dalla; FERREIRA, Jacques de Lima. Análise de conteúdo na perspectiva de Bardin: contribuições e limitações para a pesquisa qualitativa em Educação. Educação em Revista, Belo Horizonte, v. 41, e49377, 2024. Disponível em: SciELO Brasil. Acesso em: 11 maio 2026. (repositorio.ufes.br)