

UFVJM CAMPUS JANAÚBA: TECENDO REDES E AMPLIANDO OS ESPAÇOS DE DIÁLOGO

Geize Nayara Damascena Silva^{1*}, Lucas Amaral Souza Silva¹, Cintia Gonçalves Dias¹, Carlene Ferreira Fernandes¹, Maria Gisenilda Barbosa²

¹ Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, Instituto de Engenharia Ciência e Tecnologia- IECT, Janaúba, Minas Gerais, Brasil, CEP 39447-590.

² Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, DRCA/Prograd, Janaúba, Minas Gerais, Brasil, CEP 39447-590.

***e-mail: geize.nayra@ufvjm.edu.br, amaral.lucas@ufvjm.edu.br, cintia.dias@ufvjm.edu.br,
carlene.fernandes@ufvjm.edu.br, maria.gisenilda@ufvjm.edu.br**

O uso estratégico das redes sociais, por Instituições de Ensino Superior, tem se mostrado essencial para fortalecer a marca institucional e estreitar os laços com o público-alvo. Diante dessa realidade, o projeto Tecendo Redes da UFVJM *Campus* Janaúba visa ampliar o diálogo com a sociedade norte-mineira por meio das mídias digitais, focando na visibilidade da universidade como uma instituição pública, gratuita e de qualidade. As ações implementadas incluem a intensificação da comunicação externa através das plataformas *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* e *WhatsApp*, com o objetivo de informar a comunidade sobre a presença da UFVJM em Janaúba e, ao mesmo tempo, captar as percepções dos usuários por meio de enquetes e interações diversas. A metodologia empregada tem se mostrado eficaz, especialmente no uso do *Instagram*, que no início do projeto contava com 2658 seguidores e atualmente conta com 3.775 seguidores, um crescimento de 27% em apenas 8 meses. Nos últimos 90 dias, foram alcançadas 23.894 contas, das quais 88,6% são de não seguidores, resultando em 132.271 impressões e um engajamento de 1.388 contas, o que evidencia a relevância do conteúdo diversificado, incluindo *reels*, publicações e *stories*. A maioria dos seguidores é de Janaúba (44,9%), com uma faixa etária predominante entre 18 e 44 anos, o que reflete o alcance e a segmentação efetiva das ações, seguido de outras cidades do Norte de Minas como Montes Claros e Porteirinha. No *YouTube*, o canal da UFVJM possui 931 inscritos e, nos últimos 30 dias, seis vídeos foram postados, gerando 74 visualizações e três novos inscritos, enquanto o *WhatsApp* tem sido utilizado para contato com a comunidade interna e externa e esclarecimento de dúvidas. O monitoramento contínuo dessas redes têm demonstrado um impacto significativo na sociedade, ao apresentar um panorama da universidade e promover visitas de escolas, fortalecendo a conscientização sobre o ensino gratuito e de qualidade oferecido pela UFVJM. Os resultados alcançados ressaltam a importância de manter a diversidade de conteúdo e a análise constante dos *insights*, garantindo assim uma comunicação eficaz e o crescimento da interação com a comunidade.

Agradecimentos: PROEXC/UFVJM. PROGRAD/UFVJM.