

PESQUISA/INICIAÇÃO CIENTÍFICA - PESQUISA/ INICIAÇÃO CIENTÍFICA

POTENCIAL DO INSTAGRAM NO ENGAJAMENTO DE UMA COMPETIÇÃO CIENTÍFICA

Maria Eduarda Felix De Souza (maria.felix@usp.br)

Herbert Alexandre João (herbert.joao@usp.br)

Antonio Carlos Hernandez (hernande@ifsc.usp.br)

O crescente protagonismo das mídias sociais no contexto educacional tem impulsionado investigações sobre sua efetividade na promoção do engajamento estudantil e na divulgação de eventos acadêmicos e culturais. O Instagram, em particular, tem sido muito usado como estratégia de comunicação para ampliar a visibilidade de ações institucionais. No entanto, apesar do reconhecimento de seu potencial, permanece uma lacuna na literatura quanto à compreensão do impacto real dessas estratégias na adesão dos jovens às atividades promovidas pelas instituições de ensino, especialmente em relação à correlação entre o volume de interações digitais e o aumento no número de participantes. Assim, torna-se fundamental investigar em que medida as ações de comunicação digital influenciam, de fato, a participação dos estudantes nesses eventos. Este estudo apresenta uma análise quantitativa do uso do Instagram na divulgação da Competição USP de Conhecimentos e Oportunidades (CUCO), uma iniciativa que, há nove anos, busca incentivar estudantes de escolas públicas do Estado de São Paulo a aprimorar seus conhecimentos, melhorar seu desempenho em disciplinas de vestibulares e estimular o acesso ao ensino superior. Nos últimos três anos, a estratégia adotada foi fortalecer a presença da CUCO na rede social, visando

ampliar a participação dos alunos da rede estadual paulista. O objetivo foi investigar se existe uma relação entre a divulgação da CUCO por meio do Instagram e o aumento no número de inscrições ao longo das últimas três edições. Para tanto, foram coletados dados quantitativos referentes ao volume de interações, tipo de posts que geraram maior engajamento, além do número de inscrições em diferentes períodos, correlacionando esses dados com o cronograma de execução da CUCO. A coleta ocorreu por meio de ferramentas analíticas do Instagram e da Plataforma do Programa Vem Saber. A análise revelou um cenário complexo, em que se observou um maior número de interações em períodos específicos, independentemente do tipo de post publicado. Os resultados também apontaram que, ao comparar as 3 últimas edições, houve um crescimento de 2,5 vezes no total de interações digitais, sugerindo uma ampliação na visibilidade e no interesse gerado pela campanha. No entanto, embora o aumento do engajamento digital seja evidente, a relação direta entre volume de interações e o número de inscritos permanece ambígua. Ainda assim, o uso estratégico do Instagram pode ter uma influência sensibilizadora sobre os estudantes, contribuindo indiretamente para a decisão de participar da CUCO. Assim, as conclusões da pesquisa indicam que as mídias sociais, embora sejam ferramentas valiosas de comunicação, não são suficientes por si só para garantir o engajamento estudantil em eventos. O uso combinado de estratégias digitais com ações presenciais, realizadas por professores e equipes da gestão nas escolas, potencializa a participação estudantil e aumenta a efetividade e a mobilização dos jovens para ações educativas e culturais.

Agradecimentos: Os autores agradecem ao CNPq (Processo no 312235/2021-6) e à USP pelo apoio financeiro. Nossos efusivos agradecimentos a todas as instituições de ensino médio públicas pela colaboração durante as edições da CUCO.

Palavras-chave: mídias sociais; instagram; competição científica.