

## USO DO INSTAGRAM COMO AÇÃO DE EXTENSÃO PARA DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO TÉCNICO-CIENTÍFICO NA ENGENHARIA CIVIL

DOI: 10.37702/2175-957X.COBENGE.2023.4159

Lilan Ribeiro de Rezende - lrezende@ufg.br  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIAS

Maria Julia Marques Vidal - vidalmarques@discente.ufg.br  
UFG

Karolayne Peres de Melo - karolaynepm@ufg.br  
Universidade Federal de Goiás

Tallyta da Silva Curado - tallyta.curado@ifg.edu.br  
Instituto Federal de Goiás

**Resumo:** *Resumo: Este trabalho apresenta os resultados parciais obtidos no projeto de extensão intitulado "Utilização do Instagram como Ferramenta de Ensino, Disseminação do Conhecimento e Popularização da Ciência Aplicado à Pavimentação" iniciado na UFG em agosto de 2021, ainda durante a pandemia da COVID-19, com duração de cinco anos. Esta ação de extensão visa promover a interação entre graduação, pós-graduação e sociedade por meio de práticas educativas acessíveis para a socialização do ensino, aprendizagem, pesquisa, conhecimento e ciência, com foco na área de Engenharia Civil e na subárea de Pavimentação. Os resultados apresentados reforçam a ideia de que experiências na realização de ações extensionistas por meio da educação midiática podem contribuir para o desenvolvimento de competências importantes dos estudantes de engenharia, tanto da graduação quanto da pós-graduação, disseminar conhecimentos e interagir com a sociedade.*

**Palavras-chave:** *Educação midiática, integração com a sociedade, desenvolvimento de competências.*

# USO DO INSTAGRAM COMO AÇÃO DE EXTENSÃO PARA DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO TÉCNICO-CIENTÍFICO NA ENGENHARIA CIVIL

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos anos têm ocorrido mudanças significativas nos hábitos digitais das pessoas. Conforme observado por Volpato (2023), com a pandemia de COVID-19, o consumo de informações por meio das mídias sociais aumentou ainda mais. Nesse contexto, o relatório da We Are Social e Meltwater (KEMP, 2023) aponta o Instagram, atualmente propriedade da Meta, como sendo a terceira plataforma com maior número de usuários no Brasil. Estatísticas recentes mostram que o Instagram tem mais de 1,28 bilhão de usuários ativos mensais, 500 milhões de usuários ativos diários e é o sétimo site mais visitado do mundo (AHLGREN, 2023).

Nesse contexto, a educação midiática aplicada a qualquer área do conhecimento e em qualquer nível de ensino surge como uma ferramenta de integração pedagógica com o meio digital para promover a aprendizagem, estimular a análise crítica dos estudantes durante a construção do conhecimento e contribuir com a formação ética e profissional dos mesmos (DANTAS; RUFINO; NAKAMOTO, 2022).

Além disso, a Resolução n. 7 (MEC, 2018) apresenta as diretrizes para a extensão na Educação Superior Brasileira, que define os princípios, os fundamentos e os procedimentos que devem ser observados no planejamento, nas políticas, na gestão e na avaliação das instituições de educação superior de todos os sistemas de ensino do país e incentiva a articulação entre ensino/extensão/pesquisa, tanto na graduação como na pós-graduação. Ainda sobre as normativas para os cursos de graduação, a Resolução n. 2 (MEC, 2019) institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso (DCNs) de Graduação em Engenharia, que devem ser observadas pelas Instituições de Educação Superior (IES) na organização, no desenvolvimento e na avaliação do curso de Engenharia no âmbito dos Sistemas de Educação Superior do país, definindo as características para o perfil do egresso, tais como: I) ter visão holística e humanista, ser crítico, reflexivo, criativo, cooperativo e ético e com forte formação técnica e II) estar apto a pesquisar, desenvolver, adaptar e utilizar novas tecnologias, com atuação inovadora e empreendedora.

Assim, para atender as demandas de curricularização da extensão e as DCNs das engenharias de uma forma acessível, menos onerosa e com a possibilidade de impactar o maior número de pessoas, é possível usar a educação midiática por meio do Instagram para estimular o aprendizado, o trabalho em equipe, a criatividade e o senso crítico dos alunos, bem como divulgar o conhecimento para a sociedade e popularizar a ciência.

Nesse caminho, este artigo apresenta os resultados parciais de um projeto de extensão realizado na Universidade Federal de Goiás (UFG) juntamente com alunos de graduação do curso de Engenharia Civil e de pós-graduação do Programa de Pós-Graduação em Geotecnia, Estruturas e Construção Civil (PPGGECN) como mais um exemplo concreto desse tipo de ação de extensão e que pode inspirar a implantação de outras metodologias de ensino e aprendizagem para atendimento às normativas do Ministério da Educação (MEC).

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Nos últimos cinco anos é possível verificar a publicação crescente de trabalhos técnico-científicos que utilizam ferramentas da educação midiática em atividades de ensino e extensão em cursos superiores de diversas áreas de conhecimento.

Alves, Mota e Tavares (2018) utilizaram o Instagram no processo de engajamento das práticas educacionais na área de Direito e concluíram que:

...diante de um número considerável de funcionalidades e recursos, o *Instagram* permite o fluxo intenso de experiências, onde prepondera a comunicação e autoria visual, num feixe de características que podem propiciar a cocriação de práticas pedagógicas e educativas que pode motivar novas publicações em sequência, ampliando o engajamento do usuário/aluno e dos demais seguidores (ALVES; MOTA; TAVARES, p. 40).

Ansari e Khan (2020) realizaram um estudo empírico e indicaram que o uso das mídias sociais na transferência de recursos didáticos, na aprendizagem colaborativa e na interação com os pares pode proporcionar que os alunos sejam mais entusiasmados e dinâmicos. Já Moreira et al. (2021) apresentaram um relato do uso do Instagram como ação extensionista e ferramenta para despertar o interesse da comunidade para as pesquisas científicas e estabelecer novas possibilidades no processo ensino-aprendizagem.

Nas engenharias e áreas afins, alguns relatos positivos sobre a produção e divulgação de conteúdo técnico-científico por meio de plataformas digitais ou mídias sociais podem ser observados nos trabalhos publicados em edições anteriores do Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia (COBENGE). Lima et al. (2019) avaliaram os principais impactos das redes sociais e das plataformas geradoras de conteúdo no processo de aprendizado, com ênfase no alcance das postagens e no engajamento do público alvo, usando uma plataforma geradora de conteúdo especializada em engenharia. Os autores concluíram que o Instagram tem um elevado poder de alcance e disseminação de conteúdo entre os estudantes de forma prática e ágil, complementa a formação dos alunos e aumenta o alcance do conteúdo, impactando públicos que não teriam acesso ao conteúdo em circunstâncias normais e casuais, ou seja, que estão fora da sala de aula.

Silva et al. (2019) utilizaram diversas plataformas online para divulgar as ações do projeto Literatura, engenharia e reflexões (LER) cujo objetivo é usar o hábito da leitura para desenvolver as seguintes habilidades dos alunos: comunicação eficiente nas formas escrita, oral e gráfica; atuação em equipes multidisciplinares; compreensão e aplicação da ética e responsabilidade profissionais; avaliação do impacto das atividades da engenharia no contexto social e ambiental. Os autores concluíram que a utilização do Instagram complementou o aparato digital utilizado para divulgar o projeto e abriu um importante canal de comunicação. Em conjunto com as demais mídias de divulgação digital, o uso do Instagram auxiliou na promoção da leitura e possibilitou a proliferação das ideias e dos ideais do projeto para a comunidade interna e externa à universidade.

Gomes, Furlan e Siqueira (2021) relataram as adaptações realizadas nas ações do projeto de extensão em Educação, Geociências e Mineração por meio da criação de um perfil no Instagram com a divulgação de conteúdo relacionado à temática central do projeto, promoção de oficinas online para crianças e de lives para adolescentes e disponibilização de material online na forma de um livro de colorir e uma história em quadrinhos. Os autores apontaram que atividades síncronas online, como lives, oficinas e trabalho lúdico conseguiram manter o elo entre a universidade e a comunidade estabelecido com as

atividades da extensão durante a pandemia de COVID-19 e permitiu alcançar um público maior e mais diversificado.

Cipriano et al. (2022) apresentaram as adaptações realizadas num projeto extensionista na área de Engenharia de Alimentos por meio de tecnologias virtuais de maior alcance, como a elaboração de cartilhas didáticas e gravação de vídeos tutoriais postados no Instagram, bem como com o uso de formulários do Google Forms para avaliação do material produzido e verificação do engajamento e a satisfação do público. Os autores concluíram que as mídias sociais utilizadas permitiram disseminar o conhecimento na temática do projeto para a sociedade com êxito.

Assim, com base na revisão bibliográfica apresentada de forma resumida neste artigo, observa-se que as experiências em realizar ações de extensão por meio de educação midiática podem contribuir com o desenvolvimento de importantes habilidades dos estudantes de engenharia, divulgar o conhecimento e informar a sociedade. Nesse caminho, este artigo apresenta os resultados parciais obtidos no projeto de extensão intitulado "Uso do Instagram como Ferramenta de Ensino, Divulgação do Conhecimento e Popularização da Ciência Aplicado à Pavimentação" iniciado na UFG em agosto de 2021, ainda durante a pandemia de COVID-19, com duração de cinco anos. Esta ação de extensão tem como objetivo promover a interação entre a graduação, a pós-graduação e a sociedade por meio de práticas educacionais acessíveis para a socialização do ensino, da aprendizagem, da pesquisa, do conhecimento e da ciência, focando na área Engenharia Civil e na subárea de Pavimentação.

### 3 METODOLOGIA

Para impactar o maior número de pessoas de uma forma rápida e com o menor custo, no desenvolvimento do projeto priorizou-se o uso do Instagram para produzir e disseminar o conteúdo elaborado pela equipe responsável pelo desenvolvimento do projeto e no aprendizado de novas habilidades e competências. Para tanto foram definidas as seguintes etapas:

- Formação da equipe de trabalho composta por docentes, técnicos, discentes de graduação e pós-graduação;
- Reuniões mensais de planejamento e desenvolvimento das atividades;
- Produção do conteúdo necessário para a divulgação de uma série temática por semestre;
- Postagens semanais no Instagram por meio de posts no Feed (destino prioritário) no formato de vídeo ou sequência de imagens (carrossel), Stories (publicações acessíveis por 24 horas) e Reels (vídeos curtos), divulgando o conteúdo e convidando os seguidores a interagirem por meio das palavras Curta, Comente, Salve e Compartilhe e, também, por meio de perguntas específicas de cada postagem;
- Disponibilização dos links de informações ou referências complementares mencionadas nas postagens por meio da plataforma de *social-linking* e redes sociais Linktree (<https://linktr.ee>);
- Monitoramento dos indicadores gerados pelo próprio Instagram para análise do engajamento e do alcance das publicações.

O conteúdo produzido no projeto e apresentado neste artigo foi divulgado via Instagram no período de 05/08/2021 a 30/04/2023 junto à conta profissional do

@labasfalto.ufg. Para produção do design das imagens e dos vídeos das postagens foi utilizada a plataforma de design gráfico Canva (<https://www.canva.com/>). O texto técnico da legenda foi elaborado e avaliado por todos os membros da equipe e teve o estilo e tamanho específico para atender o escopo do Instagram. Além disso, na legenda também foram publicados textos de acessibilidade com a descrição da imagem ou do vídeo postado com as hashtags #ParaCegoVer e #ParaTodosVerem, possibilitando o acesso à informação por todos.

No período de análise apresentado foram produzidas três séries, visando difundir informações confiáveis da área de pavimentação para estudantes e profissionais que queiram aprender ou atualizar seus conhecimentos, bem como para a sociedade de uma forma geral, quais sejam:

- Série 1 - Dissecando o Pavimento Asfáltico: formada por 20 postagens semanais referentes a temas básicos e clássicos sobre pavimentos asfálticos e publicada de agosto a dezembro de 2021;
- Série 2 - Pavimentos Sustentáveis: formada por 21 postagens semanais sobre temas relacionados com a sustentabilidade na pavimentação, sendo este um assunto mais atual ou com novidades e publicada de janeiro a junho de 2022;
- Série 3 - Pavimentando sua Carreira: composta por 21 postagens semanais referentes às possibilidades de formação em vários níveis de ensino e atuação profissional na área de pavimentação e publicada de janeiro a junho de 2023. O diferencial dessa série em relação às demais foi a participação de 13 profissionais com atuações variadas na área por meio de fotos, biografia e vídeos postados no Reels, mediante convites enviados pela equipe do projeto para os profissionais, bem como assinatura dos termos de autorização de imagem e voz. Para este artigo, foi possível monitorar os dados até a postagem de número 14, ou seja, com 2/3 da série publicada.

Na Tabela 1 tem-se o perfil dos participantes do projeto de extensão, no Quadro 1 estão listados os títulos dos conteúdos publicados em cada série e na Figura 1 são apresentados exemplos dos layouts e logos desenvolvidos pela equipe do projeto para cada uma das séries e os prints do Linktree do @labasfalto.ufg onde os conteúdos complementares de cada série podem ser acessados.

Tabela 1. Perfil dos participantes da equipe do projeto.

Série	Docente	Técnico	Discente da graduação	Discente da pós-graduação	Total
1 - Dissecando o Pavimento Asfáltico	1	1	6	3	11
2 - Pavimentos Sustentáveis	1	1	6	2	10
3 - Pavimentando sua Carreira	1	1	6	2	10

Durante o desenvolvimento do projeto foi promovida a interação entre todos os membros, independentemente do tipo de vínculo existente com a instituição. Para a melhor organização e realização das atividades, o grupo foi dividido em três equipes de trabalho: criação de conteúdo (textos das legendas), design (posts e vídeos) e monitoramento (análise das métricas), mas que estavam sempre integrados.

Quadro 1 - Listagem dos títulos dos conteúdos publicados em cada série.

Série 1 - Dissecando o Pavimento Asfáltico		Série 2 - Pavimentos Sustentáveis		Série 3 - Pavimentando sua Carreira	
Post	Título do Post	Post	Título do Post	Post	Título do Post
1	Apresentação da série	1	Apresentação da série	1	Apresentação da série
2	O nosso asfalto é de qualidade?	2	Você conhece os diferentes tipos de pavimento?	2	Cursos superiores
3	Vídeo do Dia C da Ciência	3	Como reduzir o impacto à fauna causado por uma rodovia?	3	Pós-Graduação <i>Lato Sensu</i>
4	O pavimento asfáltico é uma estrutura de engenharia?	4	Qual a influência dos pavimentos nas ilhas de calor?	4	Mestrado e Doutorado
5	Como determinar a carga atuante nessa estrutura?	5	É possível diminuir os ruídos do tráfego?	5	Cursos no exterior
6	E o clima? Ele interfere no comportamento do pavimento?	6	O pavimento como aliado na geração de energia sustentável	6	Atualização profissional
7	Começando a entender o pavimento pela sua fundação...	7	Pavimento de concreto permeável	7	Áreas de atuação profissional
8	E o que vem em cima do subleito?	8	Asfalto permeável	8	Preparação de propostas técnicas (convidada 1)
9	E o que vem em cima da base?	9	O asfalto pode ser reciclado?	9	Atuação em laboratórios (convidada 2)
10	Todo tipo de solo pode ser usado na estrutura?	10	Asfalto espuma, o que é isso?	10	Estudos ambientais (convidado 3)
11	Como escolher os materiais para o revestimento asfáltico?	11	Não apenas reciclado, mas o asfalto também pode ser reutilizado	11	Projetos de pavimentação (convidada 4)
12	Como dosar uma mistura asfáltica?	12	É possível utilizar outros resíduos granulares?	12	Projetos de sistemas de drenagem (convidada 5)
13	Como garantir a qualidade de uma mistura asfáltica?	13	Para onde podem ir os pneus de veículos no fim de sua vida útil?	13	BIM em infraestrutura (convidado 6)
14	Como dimensionar um pavimento asfáltico?	14	Trafegando sobre o desperdício plástico	14	Planejamento (convidada 7)
15	O que não pode faltar na execução?	15	É possível utilizar co-produtos industriais nas camadas?	15	Gestão de rodovias (convidada 8)
16	E depois da obra pronta?	16	É possível utilizar co-produtos industriais como agregados?	16	Consultoria (convidada 9)
17	Quais os defeitos que devemos observar?	17	Bioligantes de origem animal	17	Analista em infraestrutura (convidada 10)
18	Como restaurar um pavimento?	18	Bioligantes vegetais	18	Pós-graduação (convidada 11)
19	A UFG realiza estudos sobre esse assunto?	19	Exemplo de pavimento sustentável	19	Docência no Brasil (convidada 12)
20	E fim!	20	Tecnologias avançadas x sustentabilidade	20	Docência no exterior (convidada 13)
-	-	21	Até logo!	21	Até logo!

Figura 1- Exemplos de layouts desenvolvidos pela equipe do projeto de extensão: (a) Série 1 - Dissecando o Pavimento Asfáltico; (b) Série 2 - Pavimentos Sustentáveis; (c) Série 3 - Pavimentando sua Carreira; (d) Linktree @labasfalto.ufg.

(a)

(b)

(c)

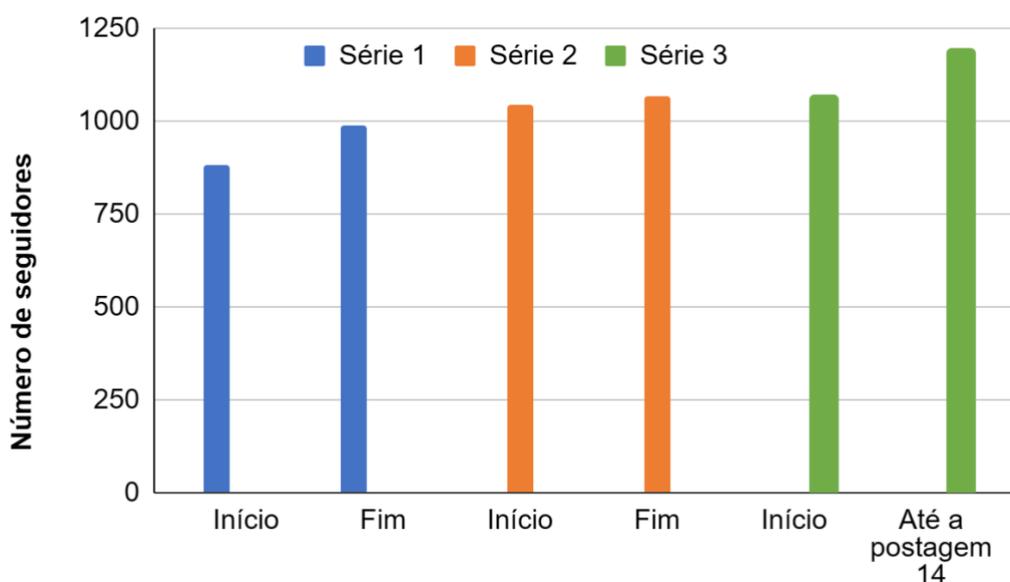
(d)

## 4 RESULTADOS

Durante o mês de abril de 2023, conforme insights fornecidos pelo próprio Instagram, o perfil @labasfalto.ufg possuía 1196 seguidores e 2480 contas alcançadas, sendo 710 seguidores e 1770 não seguidores. Nesse perfil, a maior parte dos seguidores é brasileira, do gênero masculino, com idade inferior a 35 anos e da cidade de Goiânia-GO. Ressalta-se que antes do início das publicações das séries no ano de 2021, o número de seguidores do perfil era 880 e o número de contas alcançadas não passava de 1000.

Conforme visualizado na Figura 2, com o início do projeto de extensão e publicação das séries, ocorreu um aumento de 36% do número de seguidores do início da publicação, com variação de 880 seguidores na Série 1 para 1196 seguidores até a publicação monitorada na Série 3. Esse fato indica o impacto positivo do projeto de extensão com a produção de conteúdo bem planejado e elaborado no engajamento do público e na procura por informações técnico-científicas em perfis vinculados à instituições de ensino e pesquisa.

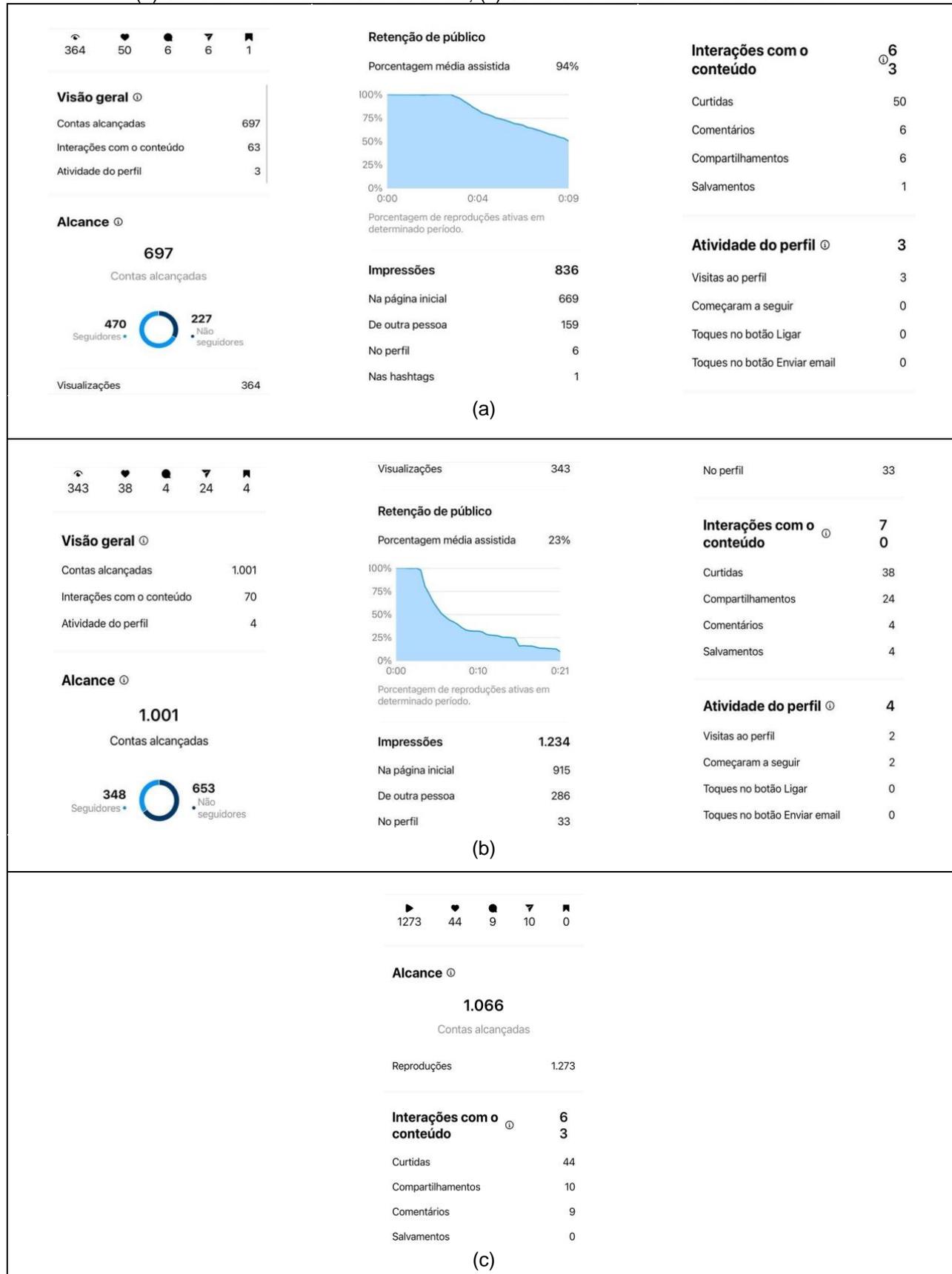
Figura 2 - Monitoramento do número de seguidores durante o monitoramento das publicações das séries do projeto.



Para análise do impacto das publicações e avaliação da troca de conhecimentos com a sociedade, foram realizadas duas coletas das métricas e insights em cada postagem, sendo a primeira vinte e quatro horas após a publicação e a segunda após uma semana. As métricas das postagens fornecidas pelo próprio Instagram para as Séries 1 e 2 estão ilustradas nas Figuras 3a e 3b. No entanto, destaca-se que essas métricas podem mudar em função do período de análise conforme políticas do aplicativo.

Para a Série 3, visando aumentar o alcance do conteúdo, a equipe do projeto definiu que todas as postagens fossem realizadas no formato de Reels e, por isso, não foi possível obter a informação referente a visitas ao perfil e a identificação de seguidores e não seguidores na métrica "alcance" (Figura 3c).

Figura 3 - Exemplos das métricas fornecidas pelo Instagram: (a) Série 1 - Dissecando o Pavimento Asfáltico; (b) Série 2 - Pavimentos Sustentáveis; (c) Série 3 - Pavimentando sua Carreira.



Neste artigo, ainda foram definidos os seguintes parâmetros obtidos a partir das métricas consideradas da seguinte forma:

- O parâmetro “interações” foi determinado como o somatório das ações que cada seguidor efetuou na publicação, quais sejam: visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos, visitas ao perfil e contas alcançadas. No caso da Série 3, o item visitas ao perfil foi considerado igual a zero;
- A “taxa de engajamento” das publicações foi calculada como sendo a soma das métricas “curtidas” e “comentários” dividida pelo número de seguidores e multiplicada por 100;
- A “retenção” das publicações foi determinada como sendo a razão entre número total de contas alcançadas na segunda coleta pelo número de visualizações na mesma coleta.

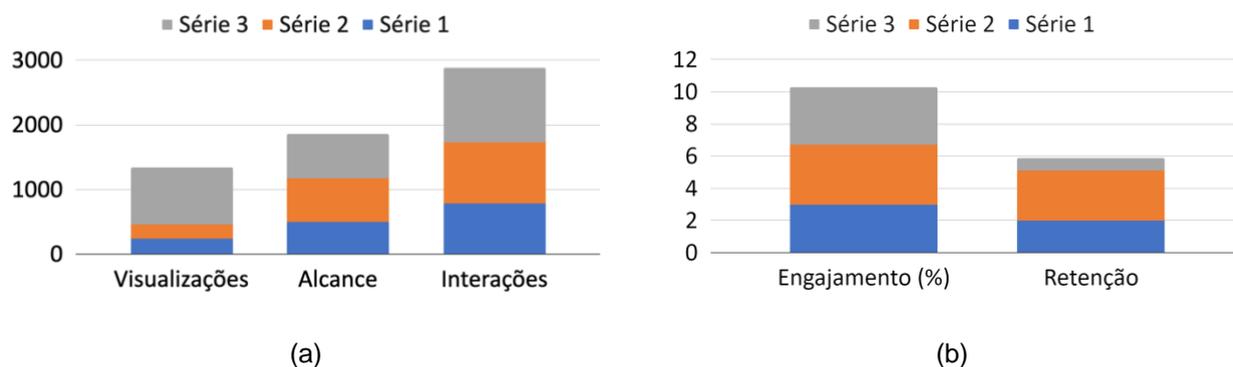
A Tabela 2 apresenta os valores médios, máximos, mínimos, desvio padrão e coeficiente de variação obtidos para as métricas avaliadas neste artigo após sete dias da publicação e a Figura 4 mostra a comparação dos valores médios das métricas que apresentaram maior destaque entre as séries (visualizações e alcance) e os parâmetros calculados (interações, engajamento e retenção).

Tabela 2. Resumo dos valores obtidos para as métricas do Instagram @labasfalto.ufg após sete dias de divulgação do conteúdo de cada série.

Métricas	Visualizações	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Salvamentos	Alcance			Interações	Engajamento (%)	Retenção
						Não seguidores	Seguidores	Total			
<i>Série 1 – Dissecando o Pavimento Asfáltico</i>											
Média	239	28	2	2	1	175	329	504	783	3,0	2,0
Máximo	511	49	8	25	4	787	490	1211	1806	5,8	3,5
Mínimo	86	14	0	0	0	3	201	272	417	1,7	0,8
Desvio padrão	117,6	9,7	1,7	5,5	1,2	173,2	85,7	224,3	330,0	1,2	0,6
Coeficiente variação(%)	49,3	35,0	72,1	260,5	92,9	99,0	26,0	44,5	42,2	36,5	26,6
<i>Série 2 – Pavimentos Sustentáveis</i>											
Média	219	35	4	13	3	350	310	664	948	3,7	3,1
Máximo	452	138	10	25	26	653	555	1006	1542	13,7	4,0
Mínimo	120	15	0	8	0	22	193	215	398	1,7	1,6
Desvio padrão	89,3	25,6	2,5	5,0	5,6	160,0	97,3	207,9	303,9	2,5	0,6
Coeficiente variação(%)	40,8	74,0	69,3	38,7	166,7	45,7	31,4	31,3	32,1	67,8	20,4
<i>Série 3 – Pavimentando sua Carreira</i>											
Média	884	35	2	6	2	-	-	686	1153	3,6	0,8
Máximo	1810	74	17	46	7	-	-	1524	1066	6,8	0,9
Mínimo	591	16	0	0	0	-	-	406	1193	2,3	0,7
Desvio padrão	282,7	18,2	2,6	5,7	2,2	-	-	243,4	51,8	1,7	0,0
Coeficiente variação(%)	33,5	52,4	139,7	93,2	129,6	-	-	35,5	4,5	47,6	5,9

Verifica-se que os valores obtidos para as métricas e os parâmetros da Série 3 foram superiores àqueles obtidos para as demais. A exceção foi para o parâmetro "retenção", sendo que quando mais próximo de 1,0, maior é o impacto da publicação. Algumas questões podem explicar os melhores resultados obtidos para a Série 3, tais como: o aumento do número de seguidores no perfil, o uso do formato de Reels para divulgação do conteúdo e a participação de convidados de várias regiões do país.

Figura 5 - Comparação dos valores médios das métricas avaliadas: (a) Visualizações, alcance e interações; (b) Engajamento e retenção.



## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em dois anos de realização do projeto de extensão, têm-se as seguintes conclusões:

- O uso do Instagram como ferramenta de ação de extensão possibilita ampliar o alcance do conteúdo técnico-científico produzido e disseminar o conhecimento para fora da sala de aula com baixo custo, podendo ser acessado de forma gratuita e a qualquer momento por pessoas interessadas no tema. O conteúdo produzido também pode ser utilizado como material de apoio no ensino de graduação, desde que as fontes consultadas sejam confiáveis e possam ser verificadas, fato que gera transparência, segurança e credibilidade a esse formato de educação;
- Entre as opções de publicação de conteúdo, o formato de Reels possibilita maior alcance da informação. A estratégia de convidar profissionais de outras instituições, empresas e regiões do país agrega significativamente na qualidade do conteúdo divulgado e reforça o objetivo da ação de extensão de integração universidade-sociedade;
- A interação entre discentes de graduação, discentes de pós-graduação, técnicos administrativos e docentes permite a troca de ideias, a complementação do conhecimento entre todos os envolvidos e o fortalecimento da ação executada;
- As estratégias utilizadas para a realização das atividades vinculadas ao projeto proporcionaram aos membros da equipe o exercício de habilidades em termos de trabalho colaborativo, criatividade, curadoria e uso de fontes confiáveis, análise crítica, uso responsável de mídias sociais e aprendizado de conhecimento especializado;
- Deve-se ter atenção às políticas do aplicativo utilizado e as métricas geradas para as publicações, pois essas questões estão em constante mudança;
- A experiência relatada neste artigo pode ser estendida tanto para outras componentes curriculares da Engenharia Civil como para diversas áreas do conhecimento.

## AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem à Pró-reitoria de Extensão e Cultura (PROEC) da Universidade Federal de Goiás (UFG) pela bolsa de extensão, ao Fundo Patrimonial Amigos Brasil Central pelo apoio ao projeto de extensão e a todos os profissionais que aceitaram colaborar com o projeto.

## REFERÊNCIAS

AHLGREN, M. **Mais de 40 estatísticas, fatos e tendências do Instagram para 2023.** Disponível em: <https://www.websiterating.com/pt/research/instagram-statistics/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

ALVES, A.L.; MOTA, M.F.; TAVARES, T.P. O Instagram no processo de engajamento das práticas educacionais: a dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. **Revista Científica da FASETE.** p. 25-43, 2018. Disponível em: [https://www.unirios.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/19/o\\_instagram\\_no\\_processo\\_de\\_engajamento\\_das\\_praticas\\_educacionais.pdf](https://www.unirios.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/19/o_instagram_no_processo_de_engajamento_das_praticas_educacionais.pdf). Acesso em: 31 mar. 2023.

ANSARI, J.A.N.; KHAN, N.A. Exploring the role of social media in collaborative learning the new domain of learning. **Smart Learn. Environ.**, V. 7, n. 9, p. 1-16, 2020. DOI: 10.1186/s40561-020-00118-7.

CIPRIANO, J.A.; CRUZ, G.A.; MACHADO, F.L.O.; CARVALHO, J.D.G.C. Produção de vídeos em projeto de extensão como facilitador do ensino na engenharia de alimentos. In: 50 Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia e V Simpósio Internacional de Educação em Engenharia da ABENGE, 2022, Evento online. **Anais.** DOI: 10.37702/COBENGE.2022.3958.

DANTAS, P.H.R.; RUFINO, H.L.P.; NAKAMOTO, P.T. A educação midiática e a formação continuada docente. **Revista Tecnologia e Sociedade**, V. 18, n. 54, p. 312-325, 2022, DOI: 10.3895/rts.v18n54.15010.

GOMES, A.C.F.G.; FURLAN, E.K.; SIQUEIRA, F.R.P. Adaptação de extensão universitária em engenharia durante pandemia - relato de experiência. In: XLIX Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia e IV Simpósio Internacional de Educação em Engenharia da ABENGE, 2021, Evento online. **Anais.** DOI: 10.37702/COBENGE.2021.3499.

KEMP, S. **Digital 2023: Brazil.** We are social e Meltwater. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LIMA, J.A.; COSTA, W.P.; ALEXANDRE, E.S.; PINTO, F.D.L.; BÖES, J.S.; SAMPAIO, B.H.B. O impacto das redes sociais no processo de aprendizado: um estudo de caso sobre a plataforma engenharia construtiva. In: XLVII Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia e II Simpósio Internacional de Educação em Engenharia da ABENGE, 2019, Fortaleza. **Anais.** Disponível em: [http://www.abenge.org.br/sis\\_artigos.php](http://www.abenge.org.br/sis_artigos.php).

MEC: MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Resolução n. 7.** Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira, permitindo serem direcionadas para o Ensino na Pós-graduação. 2018, Disponível em: [https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/55877808](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/55877808). Acesso em: 03 abr. 2023.

MEC: MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Resolução n. 2.** Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Engenharia. 2019, Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolu%C3%87%C3%83o-n%C2%BA-2-de-24-de-abril-de-2019-85344528>. Acesso em: 03 abr. 2023.

MOREIRA, L.V.; SOUZA, M.R.F.; GONÇALVES, M.W.A.; GALVÃO, E.L. Abordagem sobre metodologia da pesquisa científica nas redes sociais: relato de uma experiência extensionista. **Expressa Extensão**, V. 26, N. 1, 2021, DOI: 10.15210/EE.V26I1.19458.

SILVA, M.C.C.; CARNEIRO, R.S.; RODRIGUES FILHO, L.G.; BARROSO, N.M.C. Projeto de incentivo à leitura nos cursos de engenharia: o caso do ler – UFC. XVII. In: XVII Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia e II Simpósio Internacional de Educação em Engenharia da ABENGE, 2019, Fortaleza. **Anais**. Disponível em: [http://www.abenge.org.br/sis\\_artigos.php](http://www.abenge.org.br/sis_artigos.php).

VOLPATO, B. **Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais.** Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

## USE OF INSTAGRAM AS AN EXTENSION ACTION FOR DISSEMINATION OF TECHNICAL-SCIENTIFIC CONTENT IN CIVIL ENGINEERING

**Abstract:** *This document presents the partial results obtained in the extension project entitled “Use of Instagram as a Teaching Tool, Dissemination of Knowledge and Popularization of Science Applied to Pavements” started at UFG in August 2021, still during the COVID-19 pandemic, with duration of five years. This extension action aims to promote interaction between undergraduate, graduate and society through accessible educational practices for the socialization of teaching, learning, research, knowledge and science, focusing on the Civil Engineering area and in the Pavements subarea. The results presented reinforce the idea that experiences in carrying out extension actions through media education can contribute to the development of important skills of engineering students, both undergraduate and graduate, disseminate knowledge and interact with society.*

**Keywords:** *Media education, integration with society, skills development.*