28º seminário de INVERNO
2 a 6 de junho • 2025
Quatro décadas de formação superior em Jornalismo nos Campos Gerais

Estratégias de mídia nas redes sociais do projeto *Combate à Desinformação nos Campos Gerais*

Daniel Américo Cortez Júnior[1]
Maria Victória Klosienski[2]
Sergio Luiz Gadini[3]
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo: O trabalho analisa a aplicação de estratégias de comunicação digital nas redes sociais do projeto de extensão 'Combate à Desinformação nos Campos Gerais[4]', com foco no perfil @combateadesinformacao na plataforma *Instagram*. O objetivo do trabalho é demonstrar como o aumento na frequência de publicações e diversificação do conteúdo pode contribuir para a ampliar o alcance e engajamento de público nas plataformas digitais. A metodologia adotada para esse estudo é de abordagem quantitativa, baseada na análise de métricas de plataformas digitais. Para tanto, foram utilizadas as ferramentas analíticas da própria plataforma Instagram, por meio da aba *Insights*, que oferece dados detalhados sobre o alcance, visualizações e interações com o perfil do projeto. Como resultado, em 3 meses o perfil cresceu 33% em seguidores e teve aumento expressivo nas visualizações e interações. As estratégias adotadas se mostraram eficazes para ampliar o alcance e engajar o público.

Palavras-chave: Comunicação digital; Desinformação; Redes sociais; Projeto de extensão.

Na região dos Campos Gerais do Paraná, o projeto "Combate à Desinformação nos Campos Gerais" busca enfrentar os impactos da desinformação por meio da educação midiática e da produção de conteúdo crítico. A iniciativa surgiu em 2021 com o programa de Combate à Desinformação, lançado pelo Supremo Tribunal Federal

[1] Estudante do segundo ano de jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Bolsista SETI/PR (Universidade Sem Fronteiras) no projeto de extensão "Propostas didáticas para combater a desinformação nas escolas públicas de Teixeira Soares/PR".
[2] Historiadora pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Bolsista SETI/PR (Universidade Sem Fronteiras) no projeto de extensão "Propostas didáticas para combater a desinformação nas escolas públicas de Teixeira Soares/PR".
[3] Jornalista e professor associado concursado da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).
[4] Projeto de extensão cujo nome oficial é "Propostas didáticas para combater a desinformação nas escolas públicas de Teixeira Soares/PR".

(STF) como resposta ao avanço das fake news e seus riscos à democracia. Na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), foi adotada como o projeto de extensão "Combate à Desinformação nos Campos Gerais", vinculado aos cursos de Direito, Jornalismo, Educação e História (KLOSIENSKI, 2024), com apoio da Secretaria da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná, em parceria com o programa Universidade Sem Fronteiras (USF).

Criado como uma ponte entre a universidade e a comunidade, o projeto utiliza estratégias de comunicação digital para promover o acesso à informação qualificada, com base em fontes especializadas, incentivando o pensamento crítico e o diálogo social. Com uma abordagem interdisciplinar, promove variadas ações, como oficinas em escolas públicas, produção de pesquisas, desenvolvimento de materiais didáticos(DOS SANTOS, BRONOSKY, DOS SANTOS, 2024) e organização de eventos.

Entre fevereiro e maio de 2025, o projeto passou a adotar novas estratégias de comunicação digital, visando maior alcance de suas iniciativas nas redes sociais. Dentre essas estratégias, destacam-se a adaptação de vídeos para formatos curtos (*Reels* e *Shorts)* (SOHN, ARDIGO, PEIXE, 2022), a produção diária de conteúdo e a publicação de postagens em colaboração com convidados (outros perfis). A ideia é demonstrar como a comunicação digital, aliada a parcerias institucionais (ROMÃO, SILVA JÚNIOR, 2022), pode fortalecer o combate à desinformação e aproximar a universidade da sociedade, por meio da circulação de conteúdo confiável e desenvolvido academicamente.

Após a cobertura do "VI Ciclo de Descomemorar Golpes – Sem Anistia!", realizado entre os dias 31 de março e 2 de abril na Universidade Estadual de Ponta Grossa, a equipe percebeu o potencial das redes sociais ao divulgar trechos do evento em tempo real, o que resultou em maior engajamento do público.

A partir dessa experiência, foi elaborada uma nova estratégia de comunicação para a rede social *Instagram*[5], baseada na diversificação das publicações, intercalando datas comemorativas, trechos de vídeos, informativos e atualizações sobre o projeto. Além disso, estabeleceu-se uma rotina de postagens diárias para manter o engajamento constante e dialogar com diferentes perfis de público.

Atualmente, o projeto desenvolve dois programas em formato de entrevista com especialistas que são postados na plataforma Youtube[6]: "Saúde & Cidadania", publicado mensalmente em parceria com o Conselho Municipal de Saúde de Ponta Grossa; e "Combate à Desinformação nos Campos Gerais". Com edições quinzenais que abordam temas como política, educação e direitos sociais, os programas englobam a produção audiovisual própria do projeto. Os episódios completos são disponibilizados no YouTube e, posteriormente, adaptados para o Instagram em trechos legendados com o auxílio do aplicativo *CapCut*, ampliando a acessibilidade.

O monitoramento de desempenho no Instagram pode ser realizado por meio de ferramentas analíticas, como o recurso denominado *Insight* (SOHN; ARDIGO; PEIXE, 2022), disponível para contas comerciais e de criadores de conteúdo. Essa funcionalidade oferece uma série de métricas que possibilitam a análise do alcance e do engajamento das publicações, incluindo dados sobre visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. Também permite acompanhar a variação no número de seguidores, com detalhamento por faixa etária, gênero, localização geográfica e horários de maior atividade do público.

O *Insight* fornece informações específicas sobre o desempenho de diferentes formatos de conteúdo, como *stories*, *reels*, vídeos e transmissões ao vivo, contribuindo

[5] COMBATE À DESINFORMAÇÃO. Instagram, 2025. Disponível em: https://www.instagram.com/combateadesinformacao/. Acesso em: 19 mai. 2025.
[6] COMBATE À DESINFORMAÇÃO. Canal Combate à Desinformação. YouTube, 2025. Disponível em: https://www.youtube.com/@combateadesinformacao. Acesso em: 19 mai. 2025.

para a avaliação da eficácia das estratégias comunicacionais. Contudo, é importante destacar que essa ferramenta disponibiliza dados apenas dos últimos 90 dias, o que limita análises de longo prazo e comparações históricas mais amplas.

A análise das métricas entre 16 de abril e 15 de maio de 2025 aponta um desempenho expressivo das ações de comunicação. Nesse intervalo de 30 dias, o perfil alcançou 26,5 mil visualizações, 1,2 mil interações e 60 novos seguidores, com a publicação de 74 conteúdos. Esses números refletem o impacto positivo da frequência nas postagens e do uso de formatos acessíveis e atrativos. Um dos destaques foi uma publicação que ultrapassou 1,6 mil visualizações, resultado atribuído à relevância do tema e à colaboração com parceiros do projeto. Essa postagem, que abordou os 10 anos do massacre do dia 29 de abril, contou com o apoio do SINDUEPG (Sindicato dos Docentes da UEPG), que também divulgou o conteúdo em suas redes, ampliando o alcance.

Outro momento marcante foi a cobertura do "VI Ciclo de Descomemorar Golpes – Sem Anistia!", realizada entre os dias 31 de março e 2 de abril. Apesar de ter ocorrido antes do período avaliado pelos insights, a ação teve grande impacto na reformulação da estratégia digital do projeto. A cobertura ao vivo do evento somou mais de 11 mil visualizações nos três dias, mostrando que conteúdos vinculados a temas relevantes e convidados reconhecidos, como Narciso Pires, possuem grande potencial de engajamento.

Os resultados obtidos até o momento indicam que a combinação entre frequência de publicações, diversidade de formatos e colaboração com convidados tem contribuído significativamente para ampliar o alcance do projeto nas redes sociais. A análise contínua das métricas possibilita ajustes estratégicos baseados em dados

concretos, o que garante maior efetividade na promoção da educação midiática e no enfrentamento à desinformação nos Campos Gerais.

Dessa forma, observa-se que a adoção de uma estratégia comunicacional baseada na frequência de postagens e no uso de recursos acessíveis, como legendas, tem sido eficaz na ampliação do alcance e impacto do projeto. A produção de conteúdos audiovisuais em parceria com especialistas e a integração com plataformas como Instagram e YouTube favorecem a disseminação de informações confiáveis e a interação com diferentes públicos.

A colaboração com os convidados e o uso das ferramentas de coautoria fortalecem as redes de circulação e aproximam o conteúdo das comunidades envolvidas. Assim, o projeto consolida-se como um espaço relevante para a promoção de debates sobre a desinformação e seus efeitos na sociedade.

REFERÊNCIAS

KLOSIENSKI, Maria Victória. Educação e Jornalismo no combate à desinformação: uma abordagem interdisciplinar. In: GADINI, Sérgio Luiz (Coord.). *Anais do CONEX — Congresso de Extensão da Universidade Estadual de Ponta Grossa*, 10., 2024, Ponta Grossa. Ponta Grossa: UEPG, 2024. p. 508-512.

ROMÃO, Kaio Hemersson Oliveira; SILVA JÚNIOR, Carlos Alberto da. Instagram como ferramenta na divulgação científica e extensão universitária. *Revista Conexão*, v. 18, p. 10679-10691, 2022. Disponível em: DOI:10.34119/bjhrv5n3-226. Acesso em: 19 mai. 2025.

SOHN, Ana Paula Lisboa; ARDIGO, Carlos Marcelo; PEIXE, Thaynara Soares. Uso do Instagram pelo projeto de extensão Universidade da Criativa Idade. *Revista Conexão UEPG*, Ponta Grossa, v. 18, n. 1, p. 10679-10691, 2022. Disponível em:

https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514173400010. DOI: https://doi.org/10.5212/Rev.Conexão.v18.20307.008. Acesso em: 19 mai. 2025.

SANTOS, David Candido dos; BRONOSKY, Marcelo Engel; SANTOS, Manoel Moabis Pereira dos. Combate à desinformação: o uso de material didático como estratégia de educação midiática. 2024. Disponível em: https://repositorio.abejor.org.br/wp-content/uploads/2024/06/galoa-proceedings-enejor-2024-181885.pdf. Acesso em: 19 maio. 2025.