

**Evento:** XXVI Jornada de Extensão ▾

FORTALECENDO A PRESENÇA DIGITAL DO CORAL UNIJUÍ: ESTRATÉGIAS DE MÍDIA E FORMAÇÃO PROFISSIONAL EM COMUNICAÇÃO¹

Ana Carolina Bazana², Lizandra Rodrigues²

¹ Projeto de extensão realizado no projeto de extensão Coral UNIJUÍ.

² Bolsista; estudante do curso Jornalismo; Bolsista do programa de fomento: Coral UNIJUÍ

³ Orientadora/Regente do projeto Coral UNIJUÍ

INTRODUÇÃO

O Coral Unijuí, vinculado à Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ), atua como um espaço de valorização da música e da cultura regional, envolvendo a comunidade acadêmica e externa. Desde junho de 2025, a minha atuação no marketing do Coral tem como objetivo principal ampliar seu engajamento nas redes sociais, fortalecendo a visibilidade do grupo e a aproximação com o público. Este trabalho está alinhado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 4 – Educação de Qualidade, ao promover experiências práticas que complementam a formação teórica dos estudantes dos cursos de Comunicação da UNIJUÍ, possibilitando o desenvolvimento de competências técnicas e criativas em situações reais.

O ODS 4, que trata da educação de qualidade, é um dos pilares para o desenvolvimento sustentável e a transformação social. Ele propõe garantir educação inclusiva, equitativa e de qualidade, promovendo oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos. Nesse contexto, os projetos de extensão universitária assumem papel estratégico, pois conectam o conhecimento acadêmico às demandas reais da comunidade, promovendo inclusão, cidadania e inovação. Na Unijuí, essas iniciativas fortalecem o compromisso com a formação integral dos estudantes e com o desenvolvimento regional.

Os projetos de extensão da Unijuí oferecem múltiplas possibilidades: desde ações voltadas à educação básica, saúde, meio ambiente e cultura, até iniciativas que estimulam o empreendedorismo e a tecnologia social. Eles permitem que estudantes, docentes e comunidade atuem juntos na construção de soluções para desafios locais, ampliando o impacto da universidade para além dos muros institucionais. Ao integrar ensino, pesquisa e



extensão, a Unijuí reafirma seu papel como agente transformador, alinhado aos objetivos globais da Agenda 2030.

METODOLOGIA

A metodologia empregada baseia-se na implementação de estratégias de marketing digital voltadas à divulgação das atividades do Coral Unijuí, com foco nas redes sociais institucionais. Segundo Santos, Silva e Silva (2022), as redes sociais digitais são ferramentas fundamentais para a construção de conexões entre organizações e seus públicos, permitindo a personalização da comunicação e o fortalecimento da imagem institucional. A escolha por estratégias específicas — como o uso de identidade visual padronizada, conteúdos interativos e planejamento editorial — está alinhada às práticas recomendadas para ampliar o engajamento e a visibilidade de projetos culturais em ambientes digitais.

As ações incluem:

- Criação e gestão de conteúdo digital: elaboração de postagens visuais e textuais, utilizando identidade visual padronizada para reforçar a imagem institucional.
- Fotografia institucional: produção e organização de registros fotográficos para arquivo e uso promocional, garantindo a documentação das apresentações e eventos.
- Calendário editorial: planejamento de publicações alinhado a datas comemorativas, eventos do Coral e campanhas culturais, com o objetivo de manter a regularidade e relevância do conteúdo.
- Estratégias de engajamento: uso de hashtags, enquetes, stories interativos e postagens de bastidores para fortalecer a conexão com o público.
- Acompanhamento de métricas: monitoramento de alcance, curtidas, compartilhamentos e comentários para mensurar a efetividade das ações e ajustar abordagens.

Atualmente, o projeto encontra-se em fase inicial de execução, com dois meses de implementação das estratégias e constante avaliação para ajustes e melhorias.



RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apesar de estar em fase inicial, as ações de marketing já demonstram potencial para ampliar o alcance e fortalecer a presença digital do Coral Unijuí. A padronização visual e a frequência de postagens têm contribuído para a construção de uma identidade digital mais consistente, enquanto as estratégias de interação vêm estimulando maior participação do público. Segundo os relatórios fornecidos pela plataforma Meta, no primeiro mês de implantação das estratégias, o Coral registrou um aumento no número de seguidores. Já no segundo mês, os resultados foram ainda mais expressivos: houve um crescimento de 88% nas visualizações de reels e posts em relação ao mês anterior, um aumento de 103% nas visualizações por não seguidores e um ganho de 48 novos seguidores. Esses indicadores reforçam a efetividade das ações e a relevância da comunicação digital para projetos culturais.

No contexto acadêmico, essas atividades representam uma oportunidade prática para aplicação de conceitos aprendidos em sala de aula, favorecendo o desenvolvimento de habilidades de planejamento, comunicação visual e gestão de mídias sociais. Ao alinhar-se ao ODS 4 – Educação de Qualidade, o projeto reforça o papel da universidade como promotora de experiências que integram teoria e prática, contribuindo para a formação de profissionais mais qualificados. Além de fortalecer a visibilidade institucional, o Coral Unijuí se consolida como espaço de expressão artística e aprendizado interdisciplinar, ampliando seu impacto cultural e educativo na comunidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de comunicação institucional voltado ao Coral Unijuí demonstra, mesmo em sua fase inicial, resultados promissores tanto em termos de visibilidade quanto de engajamento digital. A adoção de estratégias de marketing digital, fundamentadas em práticas metodológicas da área da comunicação, tem contribuído para a construção de uma presença online mais sólida e alinhada à identidade institucional da universidade. Os dados fornecidos pela plataforma Meta evidenciam esse progresso: o aumento expressivo nas visualizações e



no número de seguidores confirma a efetividade das ações implementadas e o potencial de crescimento contínuo.

Além dos impactos comunicacionais, o projeto se destaca como uma experiência formativa significativa no contexto acadêmico, ao proporcionar aos estudantes a oportunidade de aplicar conhecimentos teóricos em situações práticas. Essa integração entre teoria e prática fortalece competências essenciais como planejamento estratégico, produção de conteúdo e análise de métricas, contribuindo diretamente para a formação de profissionais mais preparados para os desafios do mercado. Ao se alinhar à ODS 4 – Educação de Qualidade, o projeto reafirma o compromisso da Unijuí com uma educação transformadora, que valoriza a cultura, a inovação e o protagonismo estudantil.

Palavras-chave: Coral Unijuí. Marketing digital. Redes sociais. Educação de qualidade. Comunicação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUI) pela oportunidade e apoio, bem como à equipe do Coral Unijuí pelo acolhimento e colaboração no desenvolvimento das atividades de marketing.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. ODS 4 – Educação de Qualidade.

Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/4>. Acesso em: 13 ago. 2025.

SANTOS, Heloísa de Lima; SILVA, Maria Eduarda Freire da; SILVA, Rilane Roberta Pereira da. As redes sociais como estratégias de marketing digital. Recife: UNIBRA, 2022.

Disponível em:

<https://www.grupounibra.com/repositorio/MARKT/2022/as-redes-sociais-como-estrategias-de-marketing-digital10.pdf>

UNIJUI – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Coral Unijuí.

Disponível em: <https://www.unijui.edu.br>. Acesso em: 13 ago. 2025.

SALÃO DO CONHECIMENTO

UNIJUÍ 2025



**Água, ciência e sustentabilidade:
desafios para o futuro**

De 20 a 24 de outubro de 2025

XXXIII Seminário de Iniciação Científica
XXX Jornada de Pesquisa
XXVI Jornada de Extensão
XV Seminário de Inovação e Tecnologia
XI Mostra de Iniciação Científica Júnior
III Seminário Acadêmico da Graduação UNIJUÍ

