

“CONECTÁGUA: CONEXÃO DIGITAL ENTRE CIÊNCIA, ÁGUA E SOCIEDADE”. MÉTRICAS, IMPACTOS E DESAFIOS DE UM PROJETO EXTENSIONISTA UNIVERSITÁRIO (UFF)

Monique Marins¹; Rayana de Andrade²; Catarina Heil³; Mariana Torres⁴; Giovanna Ramos⁵; Maria Vitoria Muniz⁶; Juliana Mendes⁷; Giulia Ferrare⁸; Brenno Ayrão⁹; Fernanda Formigoni¹⁰; Anna Clara Monteiro¹¹; Joao Victor Ribeiro¹¹; Patrick Farias¹¹; Thamires Alves¹¹; Leyde Cuela¹¹; Joao Furuguem¹¹; Karoline Gonçalves¹¹; Isabela Ganguilhet¹¹

RESUMO – O projeto de extensão CONECTÁGUA, desenvolvido no Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente da Universidade Federal Fluminense (UFF), tem como principal objetivo democratizar o acesso ao conhecimento sobre temas como recursos hídricos, meio ambiente, dentre outros, por meio de divulgação científica nas redes sociais. A iniciativa teve início em outubro de 2025, é formada por alunos do curso de engenharia da UFF, e articula ensino, pesquisa e extensão, utilizando o Instagram como principal canal de comunicação entre universidade e sociedade. Na conta @conectagua.uff foram publicados 10 (dez) conteúdos entre novembro/2025 e maio/2026, totalizando 16.476 visualizações, 10.029 contas alcançadas e 731 interações, com média de 1.648 visualizações e 73 interações por post. O número de seguidores cresceu de zero para 164, com aumentos significativos após postagens de maior impacto, e o mês com maior frequência de posts (abr./26) alcançou mais de 8 mil visualizações. Stories de visitas técnicas atraíram 3.439 visualizações em um único dia, principalmente de não seguidores, mas grande parte das interações vieram de seguidores. Nesse contexto, o artigo apresenta a metodologia de organização do projeto, os resultados obtidos e discute os desafios do CONECTÁGUA como programa de extensão.

Palavras-Chave – Extensão universitária; Redes sociais; Recursos hídricos.

ABSTRACT – The CONECTÁGUA extension project, developed within the Department of Agricultural and Environmental Engineering at the Fluminense Federal University (UFF), aims primarily to democratize access to knowledge on topics such as water resources, the environment, among others, through scientific dissemination on social media. The initiative began in October 2025, is composed of engineering students from UFF, and integrates teaching, research, and extension activities, using Instagram as the main communication channel between the university and society. On the account @conectagua.uff, 10 (ten) pieces of content were published between November 2025 and May 2026, totaling 16,476 views, 10,029 accounts reached, and 731 interactions, with an average of 1,648 views and 73 interactions per post. The number of followers increased from zero to 164, with significant growth after higher-impact posts, and the month with the highest posting frequency (April 2026) achieved more than 8 thousand views. Stories featuring technical visits attracted 3,439 views in a single day, mainly from non-followers, although most interactions came from followers. In this context, the article presents the project's organizational methodology, the results achieved, and discusses the challenges faced by CONECTÁGUA as an extension program.

Key-words – University outreach; Social networks; Water resources

- 1) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), mfmairins@gmail.com.
- 2) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), rayanaandrade@id.uff.br
- 3) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), catarinaheil@id.uff.br
- 4) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), marianatorres@id.uff.br
- 5) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), giramos@id.uff.br
- 6) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), mariavitoriamuniz@id.uff.br
- 7) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), julianacmr@id.uff.br
- 8) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), giuliaferrare@id.uff.br
- 9) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), brennoayrao@id.uff.br
- 10) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF), fernandaformigoni@id.uff.br
- 11) Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente - Universidade Federal Fluminense (UFF).

INTRODUÇÃO

De acordo com o 1º da Resolução CNE/CES nº 14/2005, a extensão universitária constitui um processo educativo, cultural e científico que articula ensino e pesquisa de forma indissociável, promovendo uma relação transformadora entre universidade e sociedade (BRASIL, 2005). Nessa perspectiva, o projeto de extensão “CONNECTÁGUA: Conexão Digital entre Ciência, Água e Sociedade” tem como objetivo aproximar o conhecimento científico da população, democratizando o acesso a informações sobre recursos hídricos, saneamento, meio ambiente, desastres e mudanças climáticas.

O projeto configura-se como uma estratégia inovadora de popularização da ciência, pois busca tornar informações científicas mais complexas em linguagem acessível, extrapolando o ambiente acadêmico e atingindo um maior número de pessoas. Além do impacto social, pretende capacitar estudantes universitários a partir da leitura e elaboração de conteúdos, exercitando a capacidade dos estudantes como divulgadores científicos, desenvolvendo habilidades como comunicação científica, trabalho em equipe, planejamento de ações e uso responsável das mídias digitais.

Projetos de extensão que utilizam as redes sociais como ferramentas de divulgação científica têm demonstrado eficácia em diferentes aspectos. O projeto “Geotecnologias na Rede”, da UNIVASF evidenciou um aumento expressivo de visualizações em suas lives no YouTube, alcançando um público para além do espaço universitário (SANTOS E SOARES, 2021). De forma semelhante, a experiência do IFRO - Campus Colorado do Oeste com a “Divulgação Científica através do Instagram” ressaltou o potencial pedagógico dessa plataforma para a formação dos alunos extensionistas e para a acessibilidade da linguagem (RODRIGUES E AMORIM, 2022). Já o projeto “Ciência N@ Real”, desenvolvido pela UFG, reforça a importância de uma linguagem acessível para adolescentes e professores, ao mesmo tempo em que promove a colaboração entre diferentes áreas do conhecimento (UFG, 2024). Por sua vez, o projeto “Caminhos da Ciência”, da UFTM, destaca a relevância da produção de conteúdo audiovisual como estratégia para integrar a ciência ao cotidiano e evidenciar o papel social da universidade (UFTM, 2024).

Diante desse contexto, o CONNECTÁGUA justifica-se pela necessidade de democratizar o acesso ao conhecimento científico, combater a desinformação e a pseudociência, promover pensamento crítico, aproximar academia e sociedade e formar novos comunicadores da ciência. Os resultados iniciais indicam alcance expressivo e engajamento significativo, sobretudo entre jovens, confirmando o potencial das redes sociais como ponte entre universidade e sociedade e reforçando a relevância dessa proposta extensionista.

MATERIAIS E MÉTODOS

Atualmente, o projeto é formado por 17 (dezessete) alunos, sob coordenação da professora Monique de Faria Marins, além da participação de docentes convidados para contribuição na produção de conteúdos. O projeto encontra-se cadastrado no Sistema de Gestão de Ações de Extensão da UFF (SIAEX), gerenciado pela Pró-Reitoria de Extensão (PROEX). Ainda, é ofertado como disciplina de extensão do Departamento de Engenharia Agrícola e Meio Ambiente da UFF, sob o código TER00170 – Implementação de Projetos Extensionistas III, com carga horária de 60 horas.

Para o desenvolvimento do projeto de extensão, são realizados encontros semanais presenciais e virtuais, nos quais são discutidos os conteúdos a serem produzidos, os temas de interesse e o planejamento das atividades. Nessas reuniões, os alunos sugerem assuntos a serem abordados, participam da divisão das tarefas e organizam o cronograma de produção e publicação dos conteúdos.

São utilizadas ferramentas do Google Classroom para organização e acompanhamento das atividades acadêmicas, além do Google Drive institucional para compartilhamento e armazenamento dos arquivos, permitindo que todos os integrantes tenham acesso aos materiais produzidos. A comunicação cotidiana ocorre principalmente por meio de um grupo no WhatsApp, utilizado para alinhamentos rápidos, avisos e acompanhamento das atividades.

Os principais pilares do projeto envolvem a produção de conteúdo acadêmico e a divulgação científica em plataformas digitais. Os alunos elaboram textos com os temas selecionados, que servem de base para a criação das postagens. Esses textos são revisados pela professora coordenadora e analisados pelos demais integrantes, que fornecem contribuições. A divulgação no Instagram é realizada através da produção de conteúdos, incluindo posts em formato de carrossel, stories e reels. Para a elaboração dos vídeos, o processo de criação envolve desde a elaboração de roteiros até gravação, edição, dublagem e inserção de legendas, utilizando ferramentas gratuitas como Canva, CapCut e aplicativos específicos para dispositivos móveis. Todos os vídeos produzidos contam com legendas, buscando ampliar a acessibilidade e alcançar um público mais diverso.

O projeto também incentiva os estudantes a divulgarem atividades promovidas pela universidade e ações desenvolvidas por outros docentes e projetos acadêmicos. Eles são estimulados a aproveitar visitas técnicas realizadas em outras disciplinas para produzir conteúdos relacionados às experiências vivenciadas, contribuindo para ampliar a atenção durante as atividades e reforçar o aprendizado posteriormente, por meio da elaboração de resumos e das postagens.

Em relação aos estudantes, o projeto possui um caráter formativo, buscando desenvolver competências relacionadas ao planejamento, organização, cumprimento de prazos, responsabilidade, criatividade e trabalho em equipe. Dessa forma, procura-se estimular o aprendizado por meio de metodologias mais dinâmicas e participativas.

De forma resumida, para tornar as atividades mais organizadas e estruturadas, as ações do projeto foram agrupadas nas seguintes categorias, conforme Tabela 1.

Tabela 1 – Organização das atividades e ferramentas utilizadas no projeto de extensão

Planejamento e encontros	Produção de conteúdo
– Realização de encontros semanais presenciais e virtuais – Organização da equipe em grupos de trabalho – Definição de cronogramas, temas e formatos das postagens	– Elaboração de textos acadêmicos e roteiros – Produção de conteúdos educativos e de divulgação científica – Utilização de diferentes recursos do Instagram, como carrosséis, stories, quizzes, enquetes, reels e lives
Ferramentas de comunicação e gestão	Equipamentos e softwares
– Compartilhamento de materiais via <i>Google Drive</i> institucional – Organização das atividades pelo <i>Google Classroom</i> – Comunicação dinâmica por meio do <i>WhatsApp</i>	– Utilização de <i>smartphones</i>, computadores, microfones, iluminadores e <i>ring light</i> – Uso das plataformas <i>Instagram</i>, <i>Canva</i> e <i>CapCut</i> para criação e edição dos conteúdos digitais

Com o objetivo de otimizar a organização das atividades, foram criadas equipes de trabalho, divididas conforme suas funções:

- ❖ **Equipe de Conteúdo:** Existem duas equipes responsáveis pela elaboração de textos acadêmicos e roteiros sobre os temas selecionados. Esses materiais servem de base para as publicações realizadas no Instagram e para a futura produção de um e-book com os conteúdos desenvolvidos no projeto;
- ❖ **Equipe de Edição e Design:** Também composta por duas equipes, é responsável pela criação das postagens para o Instagram nos formatos de reels, carrossel e stories, incluindo roteiro, gravação de vídeos, edição, dublagem e inserção de legendas;
- ❖ **Equipe de Planejamento:** A equipe de planejamento é responsável pela organização geral do projeto, incluindo sugestão de temas, definição dos formatos das postagens, cronograma de publicações, distribuição de responsabilidades e acompanhamento da execução das atividades. Também realiza o envio de lembretes e orientações aos alunos por meio do grupo de WhatsApp.

Com base na metodologia apresentada, a seção a seguir descreve os principais resultados obtidos durante o desenvolvimento do projeto.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

1. Resultados Iniciais do Projeto

No início do projeto, os alunos participaram da construção da identidade visual, definindo a paleta de cores, do nome e do logotipo. A equipe de edição elaborou seis propostas de logotipo, que foram submetidas à votação entre a equipe, sendo selecionada a opção mais votada para representar oficialmente o projeto, como pode ser visto na Figura 1.

A criação da conta oficial do projeto no Instagram foi feita no início de novembro de 2025, sob o nome de usuário **@conectagua.uff**, conforme apresentado na Figura 1. A conta foi configurada como perfil profissional, permitindo o acesso às métricas e ferramentas de análise da plataforma (Instagram Insights). A partir dessa ferramenta, é possível acompanhar o alcance, engajamento e desempenho das publicações.



Figura 1 – Logotipo e perfil do Instagram. Imagem obtida em 14/05/2026

O projeto foi dividido em canais de conteúdos, que permitem que melhor identificação do público quanto aos assuntos a serem abordados. Para cada canal foi elaborado um logotipo diferente, conforme descrição apresentada a seguir.



CONECTÁGUA NA PRÁTICA:

Divulgação de visitas técnicas, ações extensionistas e atividades que aproximam os estudantes das realidades sociais e profissionais fora do ambiente de sala de aula;



MINUTO CONECTÁGUA:

Conteúdos rápidos, objetivos e em linguagem acessível, voltados à simplificação de temas técnicos e complexos, facilitando o aprendizado e a disseminação do conhecimento;



PERGUNTE AO PROFESSOR:

Espaço dedicado à participação de especialistas e docentes, que respondem dúvidas e apresentam explicações fundamentadas sobre temas relevantes da área.

2. Análise das Métricas do Instagram

No período de 15/12/2025 a 14/05/2026 foram publicados 10 (dez) conteúdos no feed do perfil **@conectagua.uff**, sendo 6 (seis) carrosséis e 4 (quatro) reels. As postagens abordam temas como apresentação do projeto, custo hídrico da inteligência artificial, inundações, chuvas, deslizamentos e soluções sustentáveis para o manejo de águas pluviais.

Como mostra a Tabela 2, o conjunto das publicações registrou 16.476 visualizações e 10.029 contas alcançadas, com 731 interações, considerando curtidas, comentários, compartilhamentos,

reposts e salvamentos, além de 434 curtidas. A média por publicação foi de 1.648 visualizações, 73 interações e 43 curtidas. Ao analisar cada mês, tem-se:

- A conta não apresentou visualizações em nov/2025, pois ainda não havia conteúdo no feed;
- **Dezembro/25** (1 post) registrou 1.797 visualizações;
- **Janeiro/26** (1 post) alcançou 1.558 visualizações;
- **Fevereiro/26** (2 posts) somou 4.080 visualizações, elevando o alcance em 207 % em relação a janeiro;
- **Março/26** (sem posts) caiu para apenas 151 visualizações, evidenciando a dependência de conteúdos novos;
- **Abril/26** (5 posts) totalizou 8.182 visualizações, aumento de 5.330 % em relação a março;
- **Maió/2026** (1 post) registrou 859 visualizações.

Tabela 2 – Análise das métricas e do desempenho dos posts

Nº	Data	Formato	Título resumido	Visualizações	Contas alcançadas	Interações					Total	Seguidores
						Likes	Comentários	Compartilhamentos	Reposts	Salvamentos		
1	15/12/2025	Carrossel	Apresentação do projeto (Parte I)	1.797	972	56	21	28	4	0	109	50
2	29/01/2026	Carrossel	Custo hídrico da inteligência artificial	1.558	896	30	3	8	4	3	48	88
3	13/02/2026	Carrossel	Enchente, inundação, alagamento ou enxurrada?	2.689	1.550	57	7	19	4	6	93	96
4	26/02/2026	Carrossel	Você sabe de onde vem tanta chuva?	1.391	763	44	11	10	4	0	69	101
5	02/04/2026	Carrossel	Deslizamentos: causas e prevenção	2.037	1.234	48	11	8	13	2	82	105
6	12/04/2026	Reels	Apresentação do projeto (Parte II)	1.447	996	34	10	8	7	0	59	110
7	17/04/2026	Carrossel	5 soluções sustentáveis para evitar alagamentos	1.055	587	50	10	6	13	2	81	112
8	18/04/2026	Reels	ConectÁgua na prática: por que as cidades ainda alagam?	1.759	1.223	47	14	8	13	1	83	120
9	29/04/2026	Reels	Microdrenagem e macrodrenagem	1.884	1.180	42	6	6	6	1	61	121
10	13/05/2026	Reels	ConectÁgua na prática: Visita Técnica na estação de Tratamento do Rio Guandu	859	628	26	5	5	8	2	46	124
Total				16.476	10.029	434	98	106	76	17	731	164*

Obs.: Métricas obtidas no dia 14/05/2026

*Número total de seguidores em 14/05/2026

3. Crescimento da base de seguidores

A Figura 2 mostra a evolução do número de seguidores desde a criação da conta. O perfil iniciou com zero seguidores (novembro de 2025), atingiu 50 seguidores após a postagem inaugural (15/12/25) e 102 seguidores no final de janeiro de 2026. Em fevereiro, após duas publicações sobre inundações e fatores meteorológicos, chegou a 128 seguidores. A falta de posts em março resultou em crescimento modesto, acrescentando apenas 5 seguidores. Em abril, com a intensificação das postagens, o número de seguidores subiu para 156, representando aumento de 17 % em relação a março, alcançando 164 seguidores em maio.

A tendência indica que postagens regulares e temas de grande interesse público, como impactos relacionados às chuvas (inundações, alagamentos e deslizamentos), resultaram em aumento de seguidores. A análise para o período de fevereiro a maio de 2026 (últimos 90 dias) mostrou que em torno de 60% das visualizações são de não seguidores, mostrando o potencial de alcançar público externo. Porém, grande parte das interações de posts e stories (86%) vieram de seguidores, sinalizando a necessidade de incentivar não seguidores a interagir e seguir o perfil.

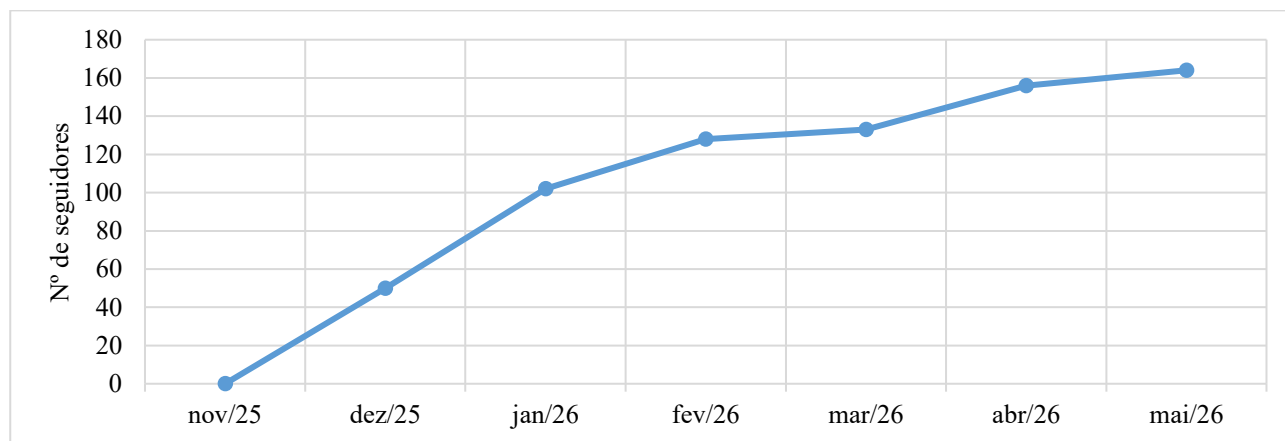


Figura 2 - Evolução do número de seguidores

Com base na performance registrada entre fevereiro e maio de 2026, o perfil apresentou uma curva de crescimento sólida, com alta de 70,8% no último trimestre. Atualmente com 164 seguidores, considerando uma projeção estatística, até o final do ano aponta para um volume base de 336 novos seguidores, com potencial para atingir 450 seguidores considerando a aceleração orgânica típica de contas em maturação.

A metodologia utilizada para esta previsão baseia-se no modelo de Extrapolação de Tendência Linear. O cálculo projeta a média de crescimento líquido do último trimestre (de 23 novos seguidores mensais) sobre os 7,5 meses restantes até dezembro. O intervalo superior da projeção (450) justifica-se pelo "Efeito de Rede", em que o aumento da base amplia a distribuição do conteúdo pelo algoritmo, potencializando o alcance mesmo mantendo-se o ritmo atual de produção.

Um indicador de grande relevância técnica para esta projeção é a taxa de retenção absoluta. O fato de o perfil ter registrado a perda de apenas 1 (um) seguidor em 90 dias demonstra que o Instagram está sendo extremamente assertivo na entrega: o algoritmo identifica o público correto e o conteúdo provê valor e qualidade suficientes para manter o usuário conectado à página. Não se trata apenas de fidelidade passiva, mas de uma entrega constante de conteúdo relevante que atende às expectativas da audiência, eliminando *unfollow*. Essa estabilidade valida a estratégia e garante que o crescimento projetado para o fim do ano seja sustentado por uma base que reconhece a qualidade do que é publicado.

4. Análise de engajamento e demografia

Os dados demográficos indicam que o público alcançado é majoritariamente feminino, representando aproximadamente 59% dos usuários, com predominância das faixas etárias entre 25 e 34 anos, cerca de 40%, seguida do grupo entre 18 e 24 anos, com aproximadamente 27%. Esses resultados demonstram que a estratégia de divulgação adotada pelo projeto alcança principalmente jovens adultos interessados em temas ambientais e científicos.

Em relação aos formatos de conteúdo, os carrosséis apresentaram maior média de visualizações e engajamento, com aproximadamente 4,88% das visualizações convertidas em interações, quando comparados aos Reels, que apresentaram cerca de 4,01%. Entretanto, os Reels demonstraram maior proporção de visualizações realizadas por seguidores, chegando a 49,4 %, indicando maior potencial para fortalecimento da relação com o público já consolidado. Publicações com foco em soluções práticas, como conteúdos relacionados a medidas para prevenção de alagamentos, apresentaram as maiores taxas de engajamento, alcançando 7,68%, demonstrando que conteúdos utilitários estimulam compartilhamentos, salvamentos e interações.

5. Stories e publicações sobre a visita técnica à ETA Guandu

No dia 11 de abril de 2026, os alunos realizaram uma visita técnica à Estação de Tratamento de Água do Guandu, produzindo e publicando 11 stories ao longo do dia. As publicações totalizaram 3.439 visualizações e 137 interações. Stories publicados no período da manhã e início da tarde alcançaram mais de 500 visualizações cada, apresentando entre 70% e 74% de visualizações provenientes de não seguidores. Por outro lado, os stories com maior proporção de seguidores apresentaram taxas de engajamento superiores, chegando a 12,15% de interação. Os resultados demonstram que conteúdos práticos e de bastidores ampliam o alcance do público, embora ainda seja necessário fortalecer estratégias de interação e engajamento.

Com o objetivo de aumentar a interação do público e despertar curiosidade para a publicação do vídeo da visita técnica à ETA Guandu, no dia 11 de maio de 2026 foi realizada uma sequência de 6 (seis) stories contendo quizzes, enquetes e curiosidades relacionadas ao tema. A estratégia buscou promover maior engajamento antes da publicação do vídeo principal, realizada em 13 de maio de 2026. Os stories apresentaram média de 170 visualizações cada, além da participação de cerca de 30 usuários nas enquetes e interações propostas, demonstrando o potencial desse tipo de conteúdo para estimular a participação ativa do público e ampliar o interesse pelas publicações do projeto.

Em complemento ao alcance nas redes sociais, o projeto também apresenta importante dimensão formativa. No primeiro semestre da iniciativa (em 2025), a equipe contava com 10 alunos dos cursos de engenharia. Com a abertura do projeto como disciplina no primeiro semestre de 2026,

chegou a ter 20 integrantes, mantendo-se, atualmente, com 18 participantes. Esse crescimento demonstra o interesse e a adesão crescente ao projeto, além da necessidade dos alunos em obterem horas de extensão para a sua formação. O aumento do número de integrantes exigiu maior organização interna, divisão de responsabilidades e trabalho colaborativo entre os estudantes, visando garantir a regularidade das publicações e a qualidade dos conteúdos produzidos.

Ao longo do projeto, os participantes passaram a desenvolver atividades relacionadas à leitura de textos técnicos, elaboração de roteiros, produção audiovisual e divulgação científica, contribuindo para o desenvolvimento de habilidades relacionadas à pesquisa, síntese de informações, comunicação científica, planejamento e trabalho em equipe. Dessa forma, observa-se que o projeto não apenas amplia o alcance social da universidade, mas também contribui para a formação acadêmica e profissional dos estudantes envolvidos.

Acrescenta-se que, no dia 16 de maio de 2026, foi realizada uma visita técnica ao Parque Orla Piratininga Alfredo Sirkis e ao Centro EcoCultural Sueli Pontes, contando com a participação dos alunos do projeto e de estudantes de outras disciplinas. A atividade teve como objetivo apresentar aspectos relacionados às Soluções Baseadas na Natureza (SbN), com enfoque no manejo de águas pluviais, melhoria da qualidade da água e sustentabilidade urbana. No momento da visita foram produzidos stories e, com o material obtido, serão elaborados conteúdos educacionais. A visita buscou promover maior aproximação dos estudantes com essas estruturas e estimular a interação entre os participantes e a comunidade local, ampliando a compreensão dos impactos sociais, ambientais e urbanos associados às intervenções implementadas no local.

6. Dificuldades Encontradas

Durante a execução do projeto CONECTÁGUA, foram identificadas algumas dificuldades, especialmente por se tratar de uma ação extensionista em fase inicial. Destacou-se a necessidade de adaptar a linguagem científica para torná-la acessível ao público em geral, sem comprometer o rigor técnico, o que demandou mais tempo de pesquisa e elaboração dos conteúdos. Também houve desafios relacionados à conciliação da carga horária dos estudantes e da coordenação com outras atividades acadêmicas, sobretudo em período de provas, impactando a disponibilidade de tempo para dedicação ao projeto. Além disso, a manutenção da regularidade das postagens e as dificuldades técnicas na edição de vídeos e imagens exigiram ajustes no cronograma e maior esforço da equipe para garantir a qualidade dos materiais produzidos.

CONCLUSÃO

O projeto CONECTÁGUA demonstrou o potencial das redes sociais como ferramenta de divulgação científica e extensão universitária, ampliando o acesso da população a conteúdos sobre

engenharia, sustentabilidade e recursos hídricos por meio de linguagem acessível e formatos digitais dinâmicos. Os resultados evidenciaram crescimento do perfil, alcance significativo das publicações e elevado engajamento do público, além de contribuir para o desenvolvimento de competências em pesquisa, comunicação científica, organização e trabalho em equipe entre os estudantes envolvidos.

Como perspectivas futuras, pretende-se ampliar a produção de conteúdos digitais, intensificar estratégias de alcance e engajamento no Instagram, elaborar um e-book com os materiais produzidos, fortalecer parcerias institucionais, incluir estudantes de outras áreas, promover visitas técnicas, lives, mesas-redondas e eventos com participação da comunidade. Também estão previstas a publicação de artigos científicos e a participação em congressos, consolidando o CONECTÁGUA como uma ação extensionista contínua e interdisciplinar.

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos à UFF pelo apoio institucional ao desenvolvimento do projeto, especialmente pela disponibilização de ferramentas, espaços e transporte para realização das atividades extensionistas. À Pró-Reitoria de Extensão (PROEX) pelo suporte oferecido ao projeto, bem como aos demais professores e coordenadores de curso pela contribuição e apoio.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. *Resolução CNE/CES nº 14, de 8 de junho de 2005. Institui diretrizes nacionais para a extensão universitária*. Diário Oficial da União: Brasília, DF, 8 de junho de 2005. Disponível em: <https://www.uff.br/wp-content/uploads/2024/09/RESOLUCAO-No-14-2005.pdf>. Acesso em 10 de maio de 2026.

RODRIGUES, Paulla Vieira; AMORIM NETO, Dionisio Pedro. *Divulgação científica por meio do Instagram: uma ação extensionista desenvolvida no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia*. Revista Em Extensão, Uberlândia, v. 21, n. 2, p. 151-162, jul./dez. 2022. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/revextensao/article/view/66309>. Acesso em 17 de julho de 2025.

SANTOS, Alex Mota dos; SOARES, Daniel de Oliveira. *Geotecnologias na Rede: experiência de extensão universitária através de uma rede social*. Revista Interfaces – Revista de Extensão da UFMG, Belo Horizonte, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistainterfaces/article/view/19452/27862>. Acesso em 04 de agosto de 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - UFG. *Projeto faz divulgação científica nas redes sociais com linguagem acessível*. Jornal UFG, Goiânia, 28 maio 2024. Disponível em: <https://jornal.ufg.br/n/181490-projeto-faz-divulgacao-cientifica-nas-redes-sociais-com-linguagem-acessivel>. Acesso em 04 de agosto de 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO TRIÂNGULO MINEIRO - UFTM. *Projeto produzirá vídeos na internet para divulgação científica de fácil acesso*. Uberaba, 2024. Disponível em: <https://www.uftm.edu.br/ultimas-noticias/5112>. Acesso em 04 de agosto de 2025.