

# O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA GESTÃO DE MATRÍCULAS DE GRADUAÇÃO NA UFC

## VII Encontro de Bolsistas de Apoio a Projetos da Graduação

Avila Souza Oliveira, Cláudio Gomes Pinheiro Filho, Monica Cristina de Lucena Lucas

Desde 2016, a Pró-Reitoria de Graduação da Universidade Federal do Ceará (Prograd/UFC) tem intensificado seu trabalho de gestão dos processos de demanda, oferta e matrícula em componentes curriculares em cursos de graduação. Por meio da análise de estatísticas de matrícula a cada semestre, foi possível dimensionar as demandas, além dos gargalos que dificultavam a efetivação de matrículas em determinadas situações em cada etapa. Paralelamente, em articulação com as unidades acadêmicas, foram realizadas reuniões com seus diretores, chefes de departamento, coordenadores de Programas Acadêmicos, coordenadores de cursos e secretários, de modo a trocar informações e esclarecer dúvidas. A Divisão de Comunicação atuou na difusão das informações e, principalmente, na sensibilização do corpo discente, através do site da Prograd, portal da UFC, redes sociais vinculadas e do próprio sistema de gestão integrada da Universidade, o SIGAA. A presente pesquisa se propõe a analisar o papel da comunicação neste trabalho, tendo como principal objetivo verificar os impactos sobre a eficiência das matrículas na graduação em cada uma de suas etapas: matrícula curricular, ajuste e matrícula em tempo real. A partir de métricas fornecidas pelo Google Analytics e pelas próprias redes sociais, faremos um levantamento de conteúdos e formatos que mais favorecem interação, engajamento e compreensão por parte da audiência. Ao fornecer informação com facilidade de acesso, linguagem apropriada e respostas rápidas a dúvidas e críticas, acredita-se que o trabalho de comunicação institucional contribui para o melhor entendimento por parte da Prograd das demandas e dificuldades dos alunos, subsidiando ações e decisões por parte dos gestores em relação à matrícula. Ao facilitar e ampliar a efetividade da matrícula, a pró-reitoria favorece que os estudantes se mantenham regulares e concluam o curso no tempo, reduzindo assim a evasão.

Palavras-chave: Comunicação. Internet. Gestão. Matrículas.