

Comunicação: uma análise das redes sociais do PET-SI

Douglas da Silva Holanda¹, Camila Belmont Mesquita¹, Davi Teixeira Silva¹,
Aline Araujo Souza¹, Antonio Edval Tavares de M. Junior¹, Wladimir Araújo Tavares¹

¹Universidade Federal do Ceará (UFC) - Campus Quixadá
Av. José de Freitas Queiroz, 5003 – Cedro, 63902-580 - Quixadá - CE

{douglasdasilvaholanda, camilabelmont, daviteixeira.btm,
alinearaujos, juniorronj}@alu.ufc.br, wladimirufc@gmail.com

Abstract. *The following article aims to present the results obtained by the Communication and Interaction Project developed by the Tutorial Education Program of the Information System course (PET-SI), using social networks — Instagram, YouTube and LinkedIn — as digital platforms for dissemination of the main values of the PET group and its activities carried out in the university context, providing the dissemination of information and experiences to the public.*

Resumo. *O seguinte artigo tem como propósito apresentar os resultados obtidos pelo Projeto de Comunicação e Interação desenvolvido pelo Programa de Educação Tutorial do curso de Sistema de Informação (PET-SI), utilizando as redes sociais — Instagram, YouTube e LinkedIn — como plataformas digitais para divulgação dos principais valores do grupo PET e suas atividades executadas no contexto universitário, proporcionando a disseminação de informações e experiências ao público.*

Palavras-chaves: *Mídias sociais, divulgação, resultados.*

1. Introdução

O programa de Educação Tutorial da Universidade Federal do Ceará (PET-UFC) foi criado em 2008 durante o processo de expansão com o objetivo de melhorar os cursos de graduação e promover uma formação ampla e de alta qualidade acadêmica para os alunos da graduação (Universidade Federal do Ceará, 2013). Vários cursos da UFC foram contemplados com um grupo PET entre eles o curso de Sistemas de Informação do Campus de Quixadá.

O PET do curso de Sistema de Informação (PET-SI) desenvolve atividades nos eixos de ensino, pesquisa e extensão. Em 2020, o PET-SI desenvolveu várias atividades entre elas: Rodas de Conversas, Seminários de Trabalho de Conclusão de Curso, Workshop de Tecnologia da Informação do Sertão Central (WTISC), curso de Letramento Digital para professores do ensino da rede municipal de Quixadá, Palestras e Minicursos. Todas essas atividades precisam do engajamento do corpo discente para o seu sucesso.

Utilizar as redes sociais como instrumento de interação e comunicação potencializador das relações interpessoais no meio acadêmico ou profissional, tornou-se um grande diferencial para a expansão de conhecimentos no ambiente

educacional, isso porque “as interações, que movimentam as redes, são representadas por relações sociais, econômicas, de trabalho, etc., que, essencialmente, possibilitam o compartilhamento de informação e de conhecimento” (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005, p. 102).

Um desses métodos é a divulgação digital, realizado em plataformas sociais que possibilitam a comunicação entre diferentes públicos, a fim de proporcionar o compartilhamento de informações incentivando o crescimento pessoal e profissional dos envolvidos dentro e fora da universidade. Isso através do projeto de Comunicação e Interação em redes sociais, com intuito de realizar a gestão de mídias sociais, como o site oficial do programa, Instagram, YouTube, LinkedIn e Facebook, como uma das ações contínuas do grupo.

De maneira geral, as atividades do projeto de comunicação, formado por cinco (5) bolsistas, visam realizar continuamente a gestão das mídias sociais criadas, como o Site, o YouTube, Instagram, LinkedIn e Facebook. Oferecendo a divulgação de conteúdos formados pelos projetos oficiais do programa PET-SI, como Rodas de Conversas, Seminários de Trabalho de Conclusão de Curso, Workshop de Tecnologia da Informação do Sertão Central (WTISC), curso de Letramento Digital para professores do ensino da rede municipal de Quixadá, Palestras e Minicursos.

Neste artigo, destacamos os resultados obtidos com três das mídias sociais mais utilizadas pelo PET-SI até então, Instagram, YouTube e LinkedIn. Mostrando as consequências das ações focadas nos pontos principais do grupo, que é a criação e o compartilhamento de conteúdos didáticos, a informatização do público alvo com assuntos atuais e recorrentes da área da ciência, tecnologia e educação e o incentivo ao caráter comunicativo e proativo dos bolsistas do programa.

2. Instagram

Criado em 2018 para promover uma maior acessibilidade, interação e comunicação com o público, a conta oficial *petsi.ufc* no Instagram possui uma extensa abrangência de conteúdos acadêmicos e profissionais, mas com maior enfoque nas atividades desenvolvidas pelo grupo PET-SI. Soma-se atualmente 192 publicações de diferentes assuntos, desde informações da universidade, eventos internos e externos, curiosidade sobre a área de TIC (tecnologia da informação e comunicação), até reposts (divulgação) de perfis parceiros.

Com 636 seguidores e 175 seguidos no mês de setembro, o perfil vem sendo notado cada vez mais — tanto diretamente, como por outras mídias oficiais do PET-SI — tendo alcançado 829 contas em apenas 30 dias (somando 1.011 contas ao todo), cerca de 59,4% a mais em relação aos meses de julho e agosto. Houve também um acréscimo bastante significativo a quantidade de impressões (quantidade de visualizações em postagens) geradas pelas publicações divulgadas entre abril e julho, calculando mais de 309% de aumento das 9.864 impressões registradas. Tais números expõem a representatividade que o perfil possui no Instagram, visto que a plataforma é uma das mais baixadas do mundo, possuindo cerca de 1,2 bilhões de usuários ativos atualmente (GARRETT JR, 2021).

Ressalta-se também que as informações geradas pelas publicações foram bastante efetivas, visto que o alcance advindo delas é maior com relação às outras demais opções de divulgação (1.360 para posts, 318 para stories e 5 para vídeos do IGTV). Isso ocasionou uma expansão das visitas ao perfil, tendo um acréscimo de 59,4% entre julho e agosto aos 829 já computados. Esse aumento súbito das interações do público com o perfil nesse período foi ocasionada principalmente pela divulgação do evento WTISC 2021, realizado entre os dias 26 e 30 de julho, no qual realizado com a divisão das publicações e stories para cada atividade ministrada. Isso proporcionou uma visibilidade mais ampla e facilitada aos participantes, além de possibilitar um enfoque maior na interação não presencial com os interessados pelo evento.

Todavia, com o fim do evento notou-se um decréscimo do número de impressões no perfil do PET-SI, cerca de 6.8% menor que o conquistado até então. Isso se dá pela diminuição das atividades do grupo com o perfil, já que o conteúdo divulgado até então é paralelo aos projetos proporcionados pelo PET-SI (com exceção de reportagens solicitadas por perfis externos ao programa). Com base nessa observação, o projeto de Comunicação e Interação planeja ampliar o foco na criação de conteúdos externos ao grupo, como a divulgação de informações sobre a carreira profissional, assuntos diversos da área de TIC, atualidades tecnológicas, dentre outros, de modo a proporcionar mais referências de ensino e conhecimento a todos os interessados em qualquer eixo informativo.

3. YouTube

O canal oficial do grupo PET-SI no YouTube (criado em junho de 2013, mas só estreando em abril de 2020), inicialmente foi utilizado para a disponibilização de materiais produzidos no projeto Roda de Conversa, no qual era realizado semanalmente com convidados da área de TICs para relatar suas experiências com as tecnologias ou respectivas áreas de conhecimento.

O conteúdo disponibilizado seguiu um cronograma de projetos realizados pelo grupo, como por exemplo, o conteúdo gerado pelas Rodas de Conversa, no qual era publicado nas segundas-feiras às 18hrs. Todavia, com a produção de novos projetos como o projeto — como o projeto Alfabetização Digital, que é uma iniciativa com o propósito de disseminar conhecimentos de informática básica ao público não universitário ou exterior a Universidade Federal do Ceará (UFC) — os vídeos tornaram-se mais recorrentes e informativos, garantindo uma maior abrangência de conteúdos a serem divulgados na plataforma.

Através de uma análise comparativa entre o mês (agosto) de integração dos novos bolsistas e o mês anterior (julho), observa-se um aumento nas visualizações do canal, sendo o padrão inicial de 160 à 290 visualizações, mas crescido para 411 visualizações nos meses posteriores, cerca de 151 a mais do que o habitual. Com um aumento de 101% no alcance do canal, gerando 5.241 impressões, tem-se como contrapartida as atividades atuais um decréscimo para 8,8 no tempo de exibição, caracterizado como um desempenho 1,2 abaixo da média (valor normal YouTube equivalente a 10,0). Ressalta-se também o acréscimo do número de inscritos, tendo apenas 248 em agosto, mas obteve 14 novos inscritos em um mês, gerando 262

inscritos atualmente, o que é uma conquista bastante significativa para um projeto recentemente desenvolvido pelo projeto de comunicação.

Tais números são apenas um reflexo dos projetos executados fora do projeto de comunicação, tendo como um dos grandes responsáveis pela movimentação do canal o WTISC 2021. Aliado às mídias do youtube, os cortes de palestras apresentando os melhores momentos do evento, busca exibir de forma rápida, com vídeos curtos e mais objetivos, as informações e os assuntos discutidos por cada palestrante. Tais cortes geraram resultados bastante positivos, visto que 3 das 6 palestras publicadas e 2 dos 43 cortes já estão no top 10 de visualizações do canal, e somando os números de visualizações de cada corte obtemos um número bem maior que os vídeos originais das palestras.

A partir de então, pretende-se seguir com os projetos trabalhados pelo grupo PET-SI, em busca de aproximar o público dos conteúdos divulgados no canal (gerando mais acessos e, conseqüentemente, mais inscritos e visualizações), além de possibilitar um maior engajamento e visibilidade ao produto das tarefas realizadas pelos bolsistas, incrementando mais dinamismo e diversidade a comunidade nas mídias sociais.

4. LinkedIn

No LinkedIn, inicialmente o PET-SI criou um grupo fechado em maio de 2020 onde era repostado informações e vagas de emprego pelo coordenador e bolsistas participantes, totalizando 12 integrantes, porém só em julho de 2021 se viu a necessidade de ter um responsável que administrasse efetivamente a plataforma.

Deste modo, ao se inicializar as atividades se viu necessária a criação de uma página de empresa para o PET-SI, pois as funcionalidades do grupo era limitadas, e a visibilidade gerada por uma página era superior já que qualquer pessoa que se interesse pelo conteúdo pode seguir e interagir sem ter que solicitar a participação.

As publicações se iniciaram com as postagem sobre o WTISC 2021, onde utilizamos uma função de gerenciamento de eventos da plataforma e obtivemos novos 44 participantes, visto que a função além de alertar quem se inscreveu, ela disponibiliza uma página para o evento, onde podemos realizar postagens e gerenciar conteúdos específicos. Até o momento foram realizadas 6 publicações na página, com as métricas disponibilizadas pela plataforma nos últimos 30 dias podemos observar que está em constante crescimento, com 23 visitantes únicos totalizando um aumento de 155%, 73 novos seguidores tendo um aumento de 711%, assim totalizando 83 seguidores da página, e por fim 622 impressões sobre as publicações, totalizando um aumento de 801% nesse período.

Desta forma o LinkedIn será utilizado como um meio de divulgação de eventos, projetos e vagas de trabalho, visto que a plataforma é utilizada para a divulgação de postagem voltadas ao meio profissional. Almeja-se o crescimento da visibilidade da plataforma, encontrar novas parcerias e desenvolver novos projetos criando networking entre os seguidores.

5. Conclusão

A partir da análise numérica em ambas as plataformas, percebe-se como a comunicação através de redes sociais tornou-se uma facilitadora para a divulgação dos projetos desenvolvidos pelo PET-SI. Tal metodologia de informatização digital permitiu não só aproximar diferentes pessoas com os objetivos e trabalhos desenvolvidos pelo grupo, mas também garantiu uma ampliação de conteúdos informacionais para diversas comunidades, seja discentes da UFC (ou qualquer outra instituição de ensino), como também indivíduos interessados pela área tecnológica.

Apesar do projeto estar passando por algumas mudanças de gestão — devido a entrada de novos bolsistas para administrar as atividades —, os resultados obtidos até então são bastante relevantes para a evolução das mídias sociais, para motivar e engajar os participantes ativos e para disseminar cada vez mais os propósitos da iniciativa. Além, é claro, de expandir (tanto internamente como externamente a UFC) informações relevantes para o público, garantindo uma proximidade com o PET-SI e com todos os valores oferecidos para o mundo acadêmico e profissional.

6. Referências

TOMAÉL, Maria I.; ALCARÁ, Adriana R.; CHIARA, Ivone G. Das redes sociais à inovação. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Regimento do PET-UFC. **UFC**, 2013. Disponível: <https://prograd.ufc.br/wp-content/uploads/2014/05/pet-ufc-regimento.pdf>. Acesso em: 11 de Setembro de 2021.

GARRETT JR, Gilson. “Instagram não é mais um app para compartilhar fotos”, diz chefe da rede. **Exame**, 2021. Disponível: <https://exame.com/tecnologia/instagram-nao-e-mais-um-app-para-compartilhar-fotos-diz-chefe-da-rede/>. Acesso em: 11 de Setembro de 2021.