

O uso de mídias on-line no engajamento dos alunos nas atividades do ambiente acadêmico

Área Temática: Comunicação

Alexia Fernanda Alves Godoi¹, Erica Fernandes Alves², Hércius Batista Pereira³
Henrique Borges Frachinconi⁴ e Leonardo Ferrari⁵

¹Aluna do curso de Letras, contato: ra106591@uem.br

²Prof.^a do Depto. de Letras Modernas – DLM/UEM, contato: efalves@uem.br

³Prof. do Depto. de Língua Portuguesa – DLP/UEM, contato: hbpereira@uem.br

⁴Aluno do curso de Letras, contato: ra89555@uem.br

⁵Aluno do curso de Letras, contato: ra84828@uem.br

Resumo. Este trabalho tem como objetivo apresentar dados analíticos sobre o projeto de extensão *Letras na Web*, sediado no Departamento de Língua Portuguesa da Universidade Estadual de Maringá e amparado teoricamente pelos estudos sobre gênero de Bakhtin (2011) e Marcuschi (2003). Apresentar-se-á uma análise de cunho quantitativo e qualitativo sobre os dados de engajamento das publicações do perfil da coordenação do curso de Letras no período de agosto de 2018 a junho de 2019.

Palavras-chave: mídias on-line – engajamento – comunicação

1. Introdução

O presente trabalho pretende fazer uma análise da recepção das atividades realizadas nos últimos meses pelo projeto de extensão *Letras na Web*. Orientados pelo professor Dr. Hércius Batista Pereira e pela professora Dra. Erica Fernandes Alves, coordenadores do curso de Letras da Universidade Estadual de Maringá, os alunos têm desenvolvido um trabalho de produção, correção e edição de notícias e memes on-line voltados para a divulgação de eventos e atividades do ambiente acadêmico, além de manter a comunidade externa informada a respeito dos projetos que a envolvem e que podem beneficiá-la.

O projeto de extensão foi idealizado a partir do reconhecimento da necessidade de divulgação efetiva dos eventos ocorridos dentro da universidade, uma vez que os sites já existentes dos departamentos do curso de Letras (DLM, DLP, DTL) não conseguiam abranger todas as informações necessárias para uma maior interação entre o curso e seus alunos. Tendo isso em vista, o trabalho iniciou-se com a criação do site da Graduação Letras-UEM e do perfil da Coordenação de Letras no Facebook, seguido de reuniões com os alunos participantes para discussão sobre os gêneros textuais ancorados em Bakhtin (2011) e Marcuschi (2003), bem como o planejamento de atuação dos integrantes para a produção de conteúdo (notícias, reportagens, resenhas e memes), sua revisão e edição para publicação on-line.

Além do propósito de divulgação, os acadêmicos têm a oportunidade de trabalhar com os gêneros do discurso em suas mais variadas modalidades, com revisão de textos e com a linguagem no meio virtual. Portanto, o atual trabalho se debruçará na análise de dados recolhidos das curtidas das publicações na página do Facebook para compreensão de como se deu a recepção e o engajamento do público.

2. Objetivos

O objetivo deste trabalho é apresentar os resultados obtidos com a divulgação dos links das notícias do site e dos memes no Facebook e analisar como se deu o engajamento do público no período entre agosto de 2018 a junho de 2019.

3. Metodologia

O projeto *Letras na Web* foi desenvolvido, primordialmente, com base nos textos sobre gênero de Bakhtin (2011) e Marcuschi (2003). Nesse sentido, os gêneros seriam caracterizados como “tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2011, p. 262), com o foco do projeto recaindo em notícias e memes. O desenvolvimento do estudo da notícia deu-se a partir do paralelo entre o discurso do outro e o discurso do jornalista; já os memes foram estudados com foco no seu uso como artefato, relativamente recente, da cibercultura e na sua utilização, além de sua típica carga cômica, como auxílio para disseminar e sedimentar informações.

Com onze meses de projeto e diversas notícias e memes publicados, e a partir dos dados coletados manualmente a partir do perfil do Facebook, Coordenação Letras UEM, desenvolveu-se uma análise quantitativa e qualitativa. Primeiramente, os dados foram separados por meses: do início do projeto em agosto de 2018 a junho de 2019. No levantamento foram consideradas apenas as reações de cada publicação, os comentários e compartilhamentos não foram contabilizados. Além disso, não foram considerados a faixa etária, sexo, localização e número de visualizações dos usuários. Isso ocorreu, pois os perfis do Facebook não possuem dados estatísticos completos sobre engajamento dos usuários, como uma página na mesma rede social.

Com isso, as informações foram organizadas com auxílio do software Microsoft Excel e gráficos elaborados para averiguar visualmente os meses em que houve o maior engajamento por parte dos usuários. Não foram utilizados dados sobre o número de visitas no site, uma vez que não estava ativado o recurso Google Analytics que mensura esse tipo de tráfego. Nesse sentido, entende-se engajamento como a soma de todas as reações de todas as publicações e sua relação com o número e teor das publicações. Por fim, realizou-se uma análise qualitativa, ao buscar os motivos de alguns períodos possuírem mais engajamento que outros.

4. Resultados

Após o levantamento dos dados de engajamento de cada publicação, foram elaborados dois gráficos: uma para o ano de 2018 (agosto a dezembro) e outro para os primeiros seis meses de 2019 (janeiro a junho).

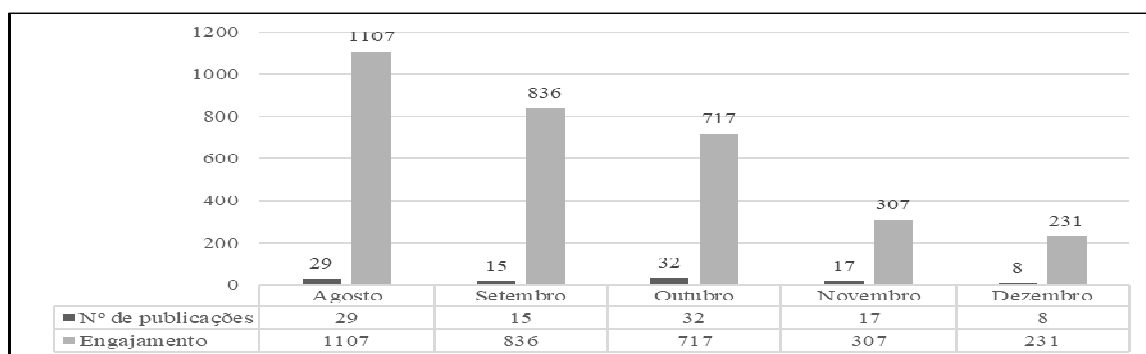


Figura 1. Engajamento perfil do Facebook da coordenação do curso de Letras (agosto-dezembro/2018).

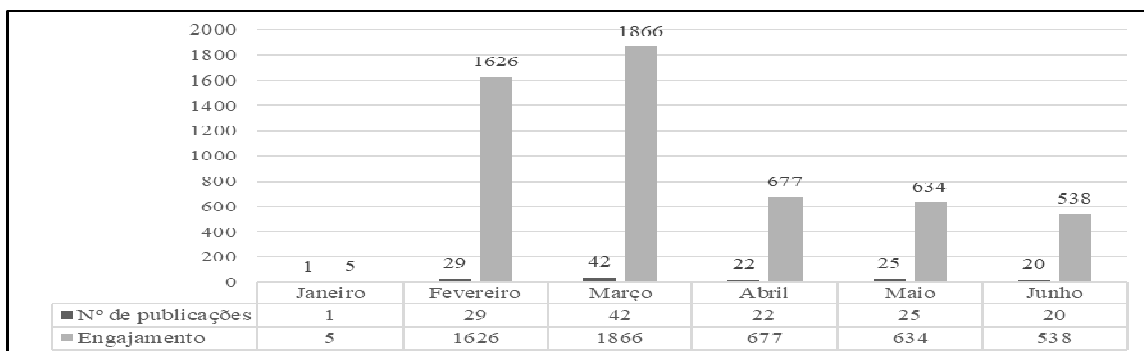


Figura 2. Engajamento perfil do Facebook da coordenação do curso de Letras (janeiro-junho/2019).

5. Análise

A partir dos dados levantados, é possível traçar um paralelo sobre o engajamento do perfil no Facebook com os eventos sediados nos departamentos do curso de Letras e na universidade. No primeiro mês no projeto, agosto de 2018, ocorreu a 12ª Mostra de Profissões da UEM e houve uma cobertura do stand de Letras. Foram publicadas diversas fotos com alunos e professores, o que resultou em um grande engajamento dos acadêmicos na rede social, com várias curtidas em cada publicação. Nos meses seguintes houve uma diminuição da participação dos alunos no perfil, porém, no mês de setembro, mesmo com a metade das publicações do mês anterior, o engajamento ainda foi expressivo (com 836 reações totais). Isso pode ser explicado pelo começo do uso dos memes na página do Facebook, que permitem informações rápidas e com uma dose de humor. Os últimos meses de 2018 focaram-se em notícias sobre a Feira Literária Internacional de Maringá, palestras e avisos institucionais. Em dezembro e janeiro, devido ao início das férias, o engajamento diminuiu e as publicações focaram-se apenas nos avisos de fim e começo de ano letivo.

No início de 2019, nos meses de fevereiro e março, o perfil no Facebook alcançou o maior nível de engajamento (com 1626 e 1866 reações, respectivamente). No mês de fevereiro ocorreu o aniversário de 52 anos do curso de Letras e a colação de grau das turmas que encerraram o curso em 2018. Essas publicações, novamente de grandes eventos, alcançaram uma média de mais de 200 reações em cada publicação, o que movimentou o perfil no Facebook e demonstrou o interesse dos acadêmicos por assuntos relacionados. Já em março, início do ano letivo, foi o momento de maior publicação de memes no site, uma vez que eles foram utilizados para disseminar informações básicas sobre assuntos institucionais, facilidades e curiosidades sobre o ambiente acadêmico, com foco na recepção dos calouros e recados extras para os veteranos. Com isso, houve um aumento de 30% nas publicações, grande parte responsável pela elaboração de memes informativos pela equipe do projeto de extensão.

As publicações nos meses de abril, maio e junho mantiveram-se estáveis (com uma média de 20 publicações e com engajamento 30% menor do que os dois meses de fevereiro e março). O foco foram a avaliação discente e os eventos do curso de Letras. Novamente, memes foram utilizados para sedimentar as informações repassadas pelas notícias publicadas no site. Por exemplo, uma notícia sobre a *Avaliação Discente 2018* foi publicada com a informação que o departamento ofereceria 10 horas em Atividade Acadêmica Complementar (AAC) para aqueles que respondessem ao questionário; ao mesmo tempo, memes sobre a informação eram postados no Facebook frisando a importância dessa ação e o benefício da AAC. Com isso, em uma breve visita ao

Facebook, o aluno poderia receber a informação de forma rápida, mesmo sem ler a notícia na íntegra.

6. Perspectivas para o futuro

Para o futuro próximo, há planos de converter o perfil do Facebook em uma página. De acordo com a Central de Ajuda da rede social, as páginas são usadas por artistas, figuras públicas, empresas, marcas, organizações e ONGs para se conectar com fãs ou clientes. Qualquer pessoa que curtir ou seguir uma página no Facebook passa a receber suas atualizações no feed de notícias. A criação de uma página possui vital importância, visto que, além de ser contra os Termos do Facebook usar seu perfil para representar algo além de você mesmo, com uma página é possível usar mais ferramentas e compartilhar as publicações com um público mais amplo.

Entre as funções disponíveis para as páginas, há o acesso a informações adicionais das publicações e dados demográficos dos visitantes como idade e localização, além da possibilidade de criar anúncios e impulsionar publicações. As métricas disponibilizadas pelo Facebook incluem o número de pessoas alcançadas, cliques em publicações, reações, comentários e compartilhamentos, total de visualizações de vídeos, isto é, dados do comportamento dos usuários em relação às publicações. Por fim, a ativação do Google Analytics no site permitirá obter dados mais concretos sobre o número de visitas e mensurar o crescimento ou não das visualizações nas notícias e traçar estratégias para que o conteúdo do curso de Letras da Universidade Estadual de Maringá alcance um público maior.

7. Conclusão

A análise de como se deu o engajamento do público revelou que a página está em crescimento e se beneficia dos eventos organizados pela coordenação. Dessa forma, é possível concluir que os estudantes têm bastante interesse nas atividades realizadas no ambiente acadêmico do curso de Letras. A criação de um site simplificado e a divulgação das publicações no Facebook tornaram as informações mais acessíveis, visto que se encontram em uma plataforma que já faz parte do dia a dia das pessoas.

Com a eventual obtenção de métricas mais precisas em relação ao engajamento, espera-se expandir ainda mais o alcance do projeto na esperança de que ele cresça e também atraia novos integrantes para continuar existindo. Para os acadêmicos envolvidos, trata-se de uma ótima oportunidade para aprimorar suas habilidades de escrita e revisão de determinados gêneros, principalmente daqueles que não tem muito espaço no ambiente acadêmico, como os memes.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. In: Estética da criação verbal. 6. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011. p. 261-306.

FACEBOOK. **Coordenação Letras UEM**. Disponível em: <https://bit.ly/2GyLzzh>. Acesso em: 20 jul. 2019.

_____. **Páginas**. Disponível em: <https://bit.ly/2epTn5y>. Acesso em: 20 jul. 2019.