

ALUNOS EM AÇÃO: O USO DE VÍDEOS INSTITUCIONAIS COMO ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO DE CURSOS DO IFSP

PAULO VICTOR DA SILVA¹, VIVIANE CRISTINA GARCIA DE STEFANI²

¹ Discente do curso Técnico Integrado em Informática para Internet, Bolsista PIBIFSP, IFSP Campus São Carlos, victor.paulo@aluno.ifsp.edu.br

² Docente da área de linguagens, Doutora em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos, IFSP Campus São Carlos, vivigarcia@ifsp.edu.br

Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.09.05.00-0 Comunicação Visual

RESUMO: O objetivo deste trabalho é divulgar os resultados finais do projeto *O impacto do uso de vídeos institucionais como estratégia de divulgação das ações do IFSP*, cujo intuito foi analisar a inserção de vídeos informativos sobre cursos na página web da instituição e nas redes sociais, gravados a partir de depoimentos de alunos, buscando fornecer informações mais detalhadas em relação às já existentes no site, tornando-o mais acessível e atraente ao público. Essas ações, inseridas em um contexto de pesquisa científica, aliam-se à investigação do impacto do uso desses vídeos como meio de divulgar as atividades institucionais por meio do acompanhamento de acessos ao site diária, semanal e mensalmente, antes e após as inserções dos vídeos. A pesquisa é embasada teoricamente por estudos sobre novas formas de comunicação no século XXI, sobretudo aqueles que corroboram que a associação de textos, imagens e sons no mesmo sistema, em uma rede global, em condições de acesso aberto, muda de maneira fundamental o caráter da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: acessibilidade; comunicação no século XXI; redes sociais; vídeos institucionais.

INTRODUÇÃO

A disponibilidade de informações e a comunicação entre escola e aluno são fatores fundamentais para o estabelecimento de uma melhor experiência acadêmica a todo o corpo social de qualquer instituição. Portanto, a partir da hipótese da ineficácia do atual sistema de comunicação da página web oficial do campus, foi proposta uma pesquisa interventiva, que consistiu em verificar cientificamente se a inserção de vídeos das redes sociais institucionais poderia favorecer a melhoria da divulgação de informações.

A partir de um questionário de opinião, aplicado a alunos e servidores, foi possível comprovar a suposição de que o sistema de comunicação poderia ser aprimorado com a publicação de conteúdos audiovisuais informativos, uma vez que a maioria daqueles que responderam ao formulário demonstrou-se positiva à divulgação desses.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Uma característica importante do uso do vídeo para promover instituições é o contraponto entre velho *versus* novo, na medida em que o vídeo *online* é algo novo e isso atrai sempre algum interesse (SILVA et al., 2010).

No caso da produção de vídeos institucionais, a ideia é promover a imagem corporativa e sustentá-la. Desse modo, a mensagem não é necessariamente para comprar ou fazer algo, mas sim, mostrar que a instituição trabalha em prol dos melhores interesses do público-alvo (ROSENTHAL, 2007).

A partir do resultado obtido com esta pesquisa, novas iniciativas para melhorar a disseminação de notícias e comunicabilidade institucional podem ser propostas, conferindo à entidade e aos seus integrantes um ambiente cada vez mais dinâmico e interativo.

METODOLOGIA

Esta investigação caracteriza-se como pesquisa qualitativa interventiva, cujo objetivo é interpretar os dados obtidos a partir de uma situação na qual o pesquisador intervém.

No início de seu desenvolvimento, foi aplicado um questionário aos integrantes da instituição. Dessa forma, além de confirmar a hipótese que motivou esta pesquisa, foi possível observar o modelo mais aceito para a publicação dos vídeos.

Posteriormente, foram selecionados os alunos para participarem das gravações. A seleção baseou-se na facilidade de comunicação e experiências com atividades extracurriculares dos atores.

Então, foi elaborado o roteiro dos vídeos buscando a maior espontaneidade possível dos participantes. Além disso, estes foram direcionados a utilizarem linguagem informal para uma maior aproximação ao público-alvo.

Em seguida, foram elaboradas as primeiras animações gráficas para os vídeos do projeto, baseadas em modelos bem aceitos pelo público, com curta duração e estética minimalista, além de trilha sonora livre de direitos autorais.

Após o término das gravações, os vídeos foram publicados no YouTube (podem ser acessados por esse link: <https://www.youtube.com/channel/UCSBv-QgDcaJJRIQwUR65Ezg?>) e divulgados na página web da instituição em uma data paralela ao período de inscrições para os processos seletivos estrategicamente, uma vez que o número de acessos em 2019 antes desse intervalo era de 17.208 e aumentou para 57.639 durante essa etapa. Dessa forma, a visibilidade do projeto e o acesso à informação sobre os cursos e as ações do campus puderam ser impulsionados, o que favoreceu a análise da eficácia e dos pontos a serem melhorados associados à pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No início do desenvolvimento da pesquisa, foi aplicado um questionário aos integrantes da instituição. Dessa forma, além de confirmar a hipótese que motivou esta investigação, foi possível observar o modelo mais aceito para a publicação dos vídeos. Em seguida, estão dados relevantes para o progresso do projeto:

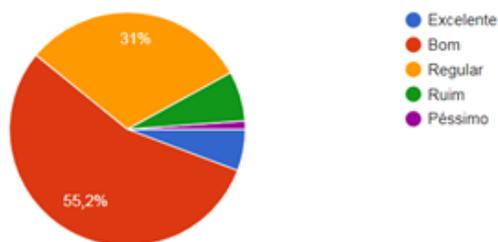


FIGURA 1. Avaliação do sistema de comunicação do campus.

FONTE: Questionário aplicado ao público interno.

Constatou-se, por meio desse formulário, que quase metade dos entrevistados não está satisfeita com a acessibilidade e divulgação de notícias do sistema de comunicação do campus (responderam como “regular”, “ruim” ou “péssimo”), como pode ser verificado na figura 1.

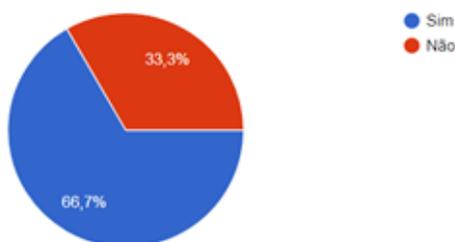


FIGURA 2. Concordância dos entrevistados quanto à divulgação de informações por vídeo.

FONTE: Questionário aplicado ao público interno.

Foi no intuito de mudar esse quadro que nossa pesquisa se inseriu. Buscou-se, com a inserção dos vídeos nas redes sociais e no site oficial do campus, deixar mais claras e objetivas as informações sobre os cursos e as atividades desenvolvidas a partir deles, haja vista que, conforme a figura 2, aproximadamente 67% do público prefere a divulgação de informações pelo meio audiovisual.

A eficácia da disseminação de informações por vídeos informativos foi comprovada por meio de uma segunda pesquisa de opinião realizada após as inserções, cujos principais resultados são apresentados na sequência:



FIGURA 3. Opinião dos participantes sobre a divulgação em vídeo continuar sendo feita no campus

FONTE: Questionário aplicado ao público interno e externo.

A partir da análise da figura 3, constata-se a aprovação de todos os entrevistados ao sistema de divulgação em vídeo, algo que é visto por eles como instrumento potencial para aprimoramento e expansão em anos posteriores.

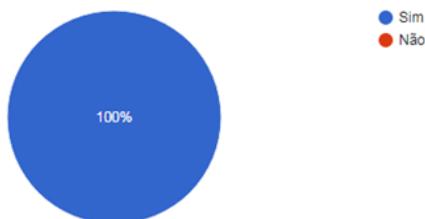


FIGURA 4. Opinião dos participantes sobre a eficácia da divulgação por meio dos vídeos.

FONTE: Questionário aplicado ao público interno e externo.

Observando a figura 4, verifica-se que a hipótese inicial do projeto foi comprovada, ou seja, a divulgação de informações em plataformas digitais por meio audiovisual é vista como uma possível alternativa para solucionar o problema do sistema de comunicação do campus.

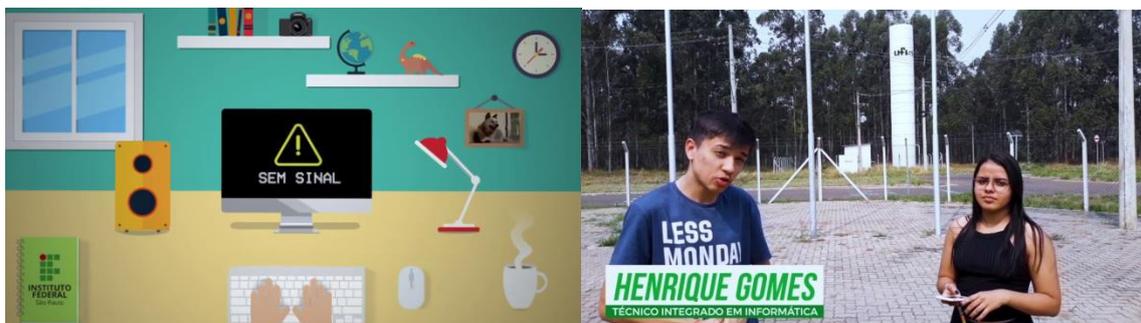


FIGURA 5. Conjunto de imagens com cenas dos vídeos gravados
FONTE: YouTube.

CONCLUSÕES

Desde o início, a pesquisa foi realizada com intuito de refletir, construir e transformar a realidade no que tange ao sistema de comunicação e divulgação das ações do campus.

Após a análise das projeções iniciais, dos direcionamentos possibilitados pelo primeiro questionário e dos resultados finais obtidos pela segunda pesquisa de opinião, pode-se afirmar que a proposta de pesquisa e melhoria do sistema de comunicação do campus foi comprovada e obteve sucesso ao combinar, em diversas produções, o acesso facilitado a vídeos informativos, que, por serem realizados por alunos, contribuíram para a aproximação do público-alvo com a instituição.

O excelente grau de aprovação do projeto favorece a busca pelo aprimoramento de fatores técnicos e a abrangência de outros temas em produções futuras. Dessa forma, a instituição pôde, a partir do incentivo à pesquisa, obter resultados positivos que refletirão em seu desenvolvimento e que podem ser expandidos para outros campi.

Em relação às dificuldades encontradas durante o desenvolvimento do projeto, destacam-se a indisponibilidade de equipamentos para gravação de melhor qualidade, uma vez que os vídeos foram gravados com smartphones dos próprios alunos. Além disso, outro empecilho encontrado foi a incompatibilidade de horários dos atores para gravação, o que inviabilizou a abordagem de temas e notícias relacionados a outros cursos.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Pró-Reitoria de Pesquisa (PRP), que possibilitou, por meio do fomento à pesquisa, o desenvolvimento deste projeto, que confere à instituição maior integração com seu público, além de possibilitar à comunidade regional o acesso à informação sobre uma instituição de ensino público de qualidade.

REFERÊNCIAS

ROSENTHAL, A. Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Vídeos (4 ed.): Southern Illinois University, 2007

SILVA, Edna Lúcia da. MENEZES, Estera Muszkat. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 3. ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001, 121p.

SILVA, Inês Maria; MARTINS, Samuel Martins F.; OLIVEIRA, Teresa C. Vídeos promocionais das Universidades no YouTube. Internet Latent Corpus Journal, v. 1, n. 1, p. 34-46, 2010