

## DESEMPENHO DAS PÁGINAS NO FACEBOOK DOS CURSOS DE DESIGN GRÁFICO E DESIGN DIGITAL DA UFPEL

GIOVANA RAFAELA ZACZINA<sup>1</sup>; GABRIELA DA SILVA ZAGO<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gzaczina@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – gabrielaz@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo apresentar dados quantitativos relativos ao desempenho das páginas dos cursos de Design Digital e Design Gráfico da Universidade Federal de Pelotas no site de rede social Facebook, fazendo uma comparação de tal desempenho durante os meses de Março de 2015 e Junho de 2015.

Criadas em 2011 (Design Digital) e 2012 (Design Gráfico), as páginas dos cursos passaram a ser administradas em 2015 por um grupo de alunos através do projeto de ensino “Design Aplicado a Redes Sociais”, coordenado pela professora Gabriela da Silva Zago, e com a participação de alunos dos dois cursos.

Sites de rede social são espaços da web que permitem a interação entre os usuários e visualização das redes (BOYD; ELLISON, 2007). Como cada usuário possui uma rede diferente, faz sentido replicar informações (RECUERO, 2009). Diante desse cenário, JENKINS; FORD; GREEN (2013) dizem que a mídia teria se tornado espalhável, na medida em que os meios de comunicação de massa não mais são os detentores exclusivos do poder de pôr em circulação uma informação. Os usuários da internet também dispõem de meios, motivos e oportunidades (SHIRKY, 2011) para participar da circulação de informações, contribuindo para replicar notícias de seu interesse para seus contatos em sites de rede social, aproveitando-se do potencial interativo da rede (PRIMO, 2007). Para que isso aconteça, é necessário já planejar conteúdos para que sejam facilmente espalháveis em sites de rede social (JENKINS; FORD; GREEN, 2013). Uma das formas de se fazer isso é através da postagem de imagens em sites de rede social, que contribuem para a visibilidade dos posts.

O projeto busca se valer desse potencial de espalhamento da rede para conferir visibilidade às ações dos cursos para o público interno (alunos e professores) através da publicação de postagens com imagens nos sites de rede social Twitter, Instagram e Facebook. Neste trabalho, o foco recai sobre as páginas no Facebook dos cursos de Design Gráfico e Design Digital. Conforme definido pela equipe do projeto, as páginas têm por objetivo informar e inspirar os alunos do curso, bem como divulgar a produção acadêmica dos mesmos.

### 2. METODOLOGIA

O projeto Design Aplicado a Redes Sociais propõe manter atualizadas as páginas no Facebook dos cursos de Design da UFPel e, para tal, no início do semestre letivo foram definidos padrões visuais para as publicações das páginas, bem como tipos de postagens para cada dia da semana (Figura 1 e Figura 2). Na segunda-feira se determinou uma postagem motivacional, onde se buscou trazer uma frase de designer ou de profissionais que inspirem a área para a postagem; na terça-feira se determinou disponibilizar o espaço da postagem para eventuais divulgações ou então agenda da semana; na quarta-feira a ideia foi trazer alguma

dica de Design para as páginas, como por exemplo, sites que facilitem a produção de trabalhos acadêmicos com inspiração ou dicas específicas da área. Na quinta-feira a proposta era buscar trabalhos dos alunos dos cursos para expô-lo como capa das páginas e na sexta-feira a ideia foi uma postagem cultural como exposições e eventos culturais na universidade, na cidade ou divulgação de outros trabalhos e eventos culturais.

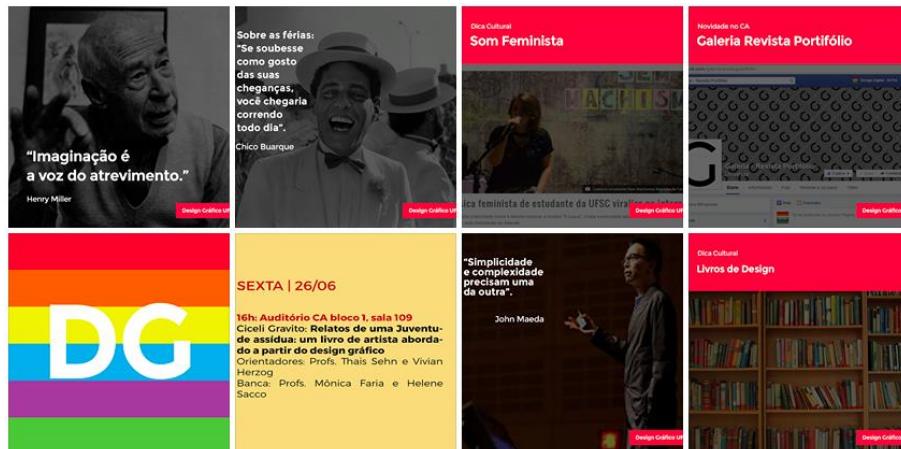


Figura 1 – Posts recentes na página do curso de Design Gráfico



Figura 2 – Posts recentes na página do curso de Design Digital

Para apuração dos dados de desempenho das páginas dos cursos de Design da UFPel foram utilizados os gráficos que o próprio Facebook oferece para acompanhamento das páginas. Em tais gráficos são quantificadas informações referentes ao número de pessoas que segue a página através da opção “curtir”, ao alcance total de visualizações que a página atingiu, ao alcance das publicações feitas nas páginas, ao número de interações (curtir, comentar e compartilhar) que as pessoas fazem nas postagens das páginas, qualificando brevemente o público pelo qual a página está sendo acompanhada através da identificação do percentual de homens e mulheres, faixa etária e localização geográfica. Além dos dados citados o acompanhamento sugere outras informações que não serão levantadas nesta análise.

A análise dos dados foi feita comparando os dados das duas páginas (Design Digital e Design Gráfico), no começo do projeto, em Março de 2015, e no final do primeiro semestre, em Junho de 2015, buscando mensurar o crescimento das páginas no período.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No mês de Março a página do curso de Design Gráfico possuía 476 “curtidas”. Na página do Design Digital, o número era de 398 “curtidas”. O alcance total da página do Design Gráfico era de 44 visualizações, ao passo que o do Design Digital era 90. Já o alcance das publicações feitas nas páginas era de 25 visualizações no Design Gráfico e 17 no Design Digital. No que se referia ao número de interações nas publicações (curtir, comentar ou compartilhar) na página do Design Gráfico o número era 11 e na do Design Digital era 9.

Já no mês de Junho o número de “curtidas” na página do Design Gráfico era de 647 e na página do Design Digital era de 445. O alcance total de visualizações da página do Design Gráfico era de 1327 enquanto na do Design Digital 1087. O alcance de visualizações das publicações feitas na página do Design Gráfico era de 1280 e na página do Design Digital o número era de 1086. Na página do Design Gráfico o número de pessoas que teve algum tipo de interação em postagens (curtir, comentar ou compartilhar) foi de 51 e na página do Design Digital o mesmo dado corresponde a 44 pessoas. Em ambas as páginas e nos dois períodos analisados, o perfil dos usuários que acompanham as páginas é definido por maioria entre 18 e 24 anos residentes na cidade de Pelotas.

A Tabela 1 a seguir mostra os resultados da análise descrita acima, com a comparação do crescimento da visibilidade das páginas no período:

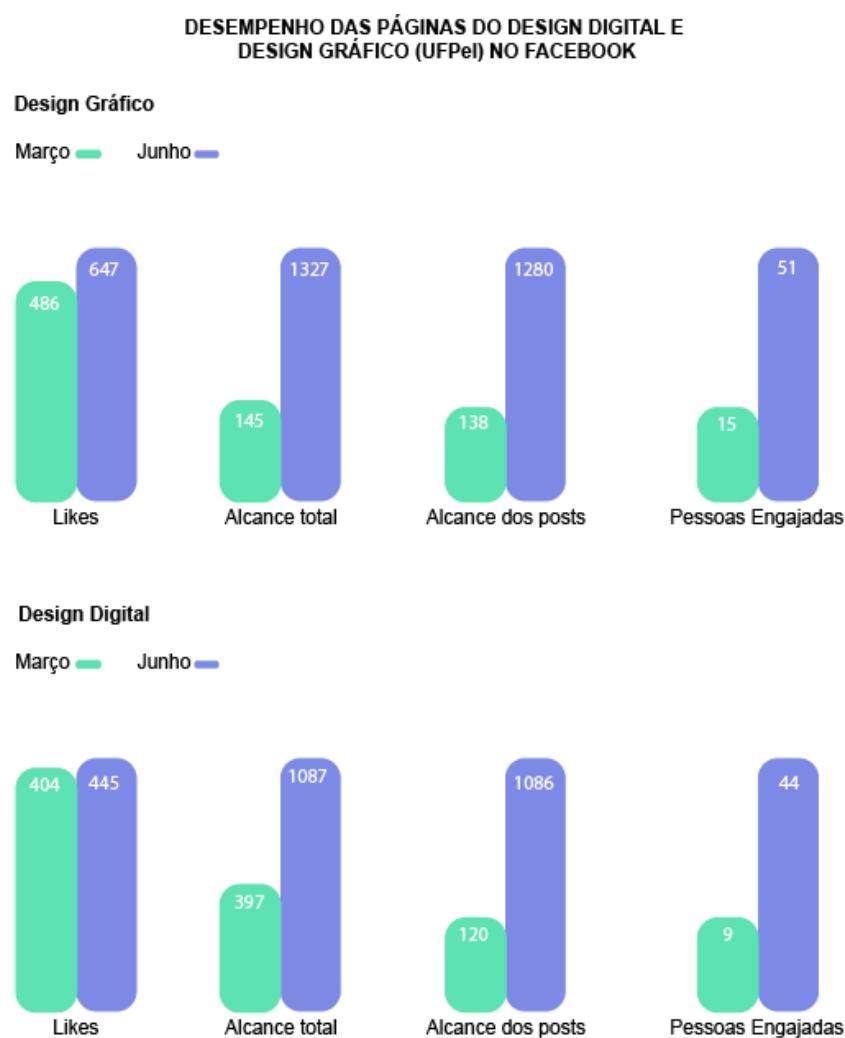


Tabela 1 – comparação do desempenho das páginas em Março e Junho de 2015.

Ambas as páginas tiveram maior visibilidade no mês de Junho, o alcance dos posts também foi maior e além de um aumento no número de usuários que começaram a seguir as páginas também aumentou a quantidade de pessoas que interagiram com as postagens. Na página do Design Gráfico o pico de visibilidade de postagem foi de 1488 pessoas vendo publicação e 9 pessoas interagindo com a mesma. Os mesmos dados analisados na página do Design Digital representam 1927 visualizações e 34 interações.

#### 4. CONCLUSÕES

A partir desses resultados, pode-se observar que o investimento em um padrão visual e de conteúdo para as postagens contribuiu para um aumento significativo no alcance da página e no alcance dos posts.

Assim, ambas as páginas tiveram aumento de visibilidade e interação durante o período observado. Na página do Design Gráfico o pico de visibilidade no período observado foi referente à postagem de compartilhamento de referência acadêmica, já na do Design Digital o pico ocorreu em função da publicação de convite para acompanhar as bancas de TCC dos cursos. Não obstante, outro momento de grande repercussão foi quando as páginas aderiram à troca da imagem do perfil por imagens “coloridas” como muitos usuários da rede social também fizeram em apoio à nova lei norte americana sobre o casamento homossexual. Portanto, valer-se de eventos mundiais, compartilhamento de conteúdos acadêmicos aos quais os alunos ainda não tiveram acesso e convites para eventos que acontecem na universidade serão utilizados como impulsionadores para boa visibilidade das páginas dos cursos. Combinado a isso, o emprego de imagens e o investimento em Design ajudam a dar uma visibilidade ainda maior às postagens.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOYD, d.; ELLISON, N. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, 2007.
- DESIGN DIGITAL. **Design Digital – UFPel**. Facebook. Acessado em 15 jul. 2015. Online. Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Design-Digital-UFPel/191723530893489?fref=ts>
- DESIGN GRÁFICO. **Design Gráfico – UFPel**. Facebook. Acessado em 15 jul. 2015. Online. Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Design-Gráfico-UFPel/131378576962702?fref=ts>
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable Media**. New York: NYU Press, 2013.
- PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SHIRKY, C. **A Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.