

A divulgação do projeto VISIOROB nas plataformas de mídias sociais

VITÓRIA GABRIELE ALVES DOS SANTOS¹
PROFESSOR Dr. MARCELO LEMOS ROSSI

*¹Universidade Federal de Pelotas – vitoriagabrielealves27.04@gmail.com
Universidade federal de Pelotas – marcelo.rossi@ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

Vamos demonstrar os efeitos da divulgação do projeto com o uso dos meios de tecnologias móveis digitais. A princípio vamos tratar o uso das mídias sociais como páginas eletrônicas de divulgação das ações de pesquisa do grupo VISIOROB.

No que diz respeito a divulgação do grupo de pesquisas VISIOROB, o Instagram, criado em 2010, é a mídia social mais atrativa para o início da presença virtual.

A seguir demonstraremos a relação de divulgação das ações do grupo Visiorob nas mídias sociais e no blog. A divulgação do projeto tem como objetivo tornar acessível o conhecimento que é produzido pelo grupo de pesquisa liderado pelo professor doutor Marcelo Lemos Rossi.

As atividades acontecem principalmente no blog e no Instagram. O instagram foi escolhido inicialmente devido as ferramentas que a plataforma disponibiliza para acompanhar o desenvolvimento e engajamento com as publicações, além da presença contínua dos estudante e da comunidade no geral nessa mídia.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada é a análise dedutiva dos dados e infográficos coletados desde o início das ações de divulgação do projeto e pesquisas bibliográficas. Para apresentar os fatos vamos demonstrar quais foram os resultados que obtivemos após o início das ações divulgação, com tabelas e imagens disponibilizadas pelo servidor da plataforma do Instagram.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nos baseamos nos princípios de negócios eletrônicos que são praticados nas redes para guiar as ações iniciais de divulgação. Lemos e Palácios (2001, p.40) destacam três princípios: a vendas diretas com alto valor agregado de serviços de informações, fazendo um paralelo direto com a ações do grupo de pesquisa VISIOROB, um dos pilares da produção de conteúdo é uma informação transmitida de modo claro e objetivo, ou seja, uma informação de qualidade; ainda nos valores de princípios descritos por Lemos e Palácios temos os negócios voltados para o marketplaces, dentre os princípios este é o que menos se aplica às atividades do grupo: e por último, tem-se as iniciativas interempresariais destinadas a integrar as cadeias de negócios, este princípio diz respeito à inserção das mídias sociais, que cumpre o papel de integrar o que o projeto transmite com as pessoas que possam se interessar pelo conteúdo.

O conceito de mobilidade, como aparece em Lemos (2008) pode ser entendido em duas partes: uma conexão físico/espacial (transporte) e

virtual/informacional (mídia), a mobilidade informacional é uma realidade na vida social, portanto, a presença nessas mídias digitais é de suma importância na realização de um projeto. Essa presença também se faz necessária para tornar de conhecimento geral quais são os projetos de atuação do grupo VISIOROB.

2. Escolha da plataforma de atuação

A intenção com o Instagram não era apenas divulgar as ações, mas tornar democrático o conhecimento. Diariamente milhões de pessoas acessam essa plataforma, quando disponibilizamos o conteúdo, mesmo que resumido e segmentado, no local onde já é de comum acesso para as pessoas a diversidade de consumo do que é produzido pelo grupo de pesquisa Visiorob é muito maior.

O Instagram, nossa plataforma principal de atuação, foi escolhido pela quantidade de acessos realizados pelos alunos. Um dos passos desta divulgação era realizar a construção de uma presença virtual onde os alunos também estivessem presentes.

As mídias sociais estão presentes no dia a dia das pessoas, nelas encontramos laços que unem comunidades, muitas vezes esses laços podem unir pessoas que estão distantes. O nosso desafio com o início do acompanhamento das mídias digitais é unir os próprios estudantes da UFPEL.

O site agrega com muitos conteúdos técnicos, escritos com uma linguagem mais segmentada para pessoas que se interessam pela área de tecnologia. Portanto, quando iniciamos as ações de divulgação no Instagram pretendíamos deixar a linguagem um pouco mais didática e acessível.

A primeira imagem apresentada em anexo são capturas de tela, e são referentes aos dados de faixa localização e faixa etária dos seguidores da conta da VISIOROB no Instagram (@visiorob) essas informações são importantes para guiar as publicações da página.

A imagem 2 sobre o engajamento dos seguidores com o perfil nos passa um retorno sobre a interação que obtivemos, se foi ou não eficaz.

Figura 1

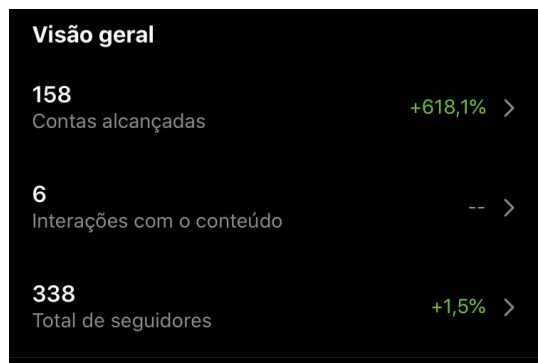


Figura 2



4. CONCLUSÕES

O artigo apresentado teve como objetivo demonstrar como são realizadas as ações de divulgação do grupo Visiorob e quais estão sendo os resultados. Foi possível observar um avanço nas interações dos estudantes com as publicações, um aumento crescente no engajamento e a criação de um novo vínculo virtual com a comunidade.

Para demonstrarmos os avanços com as ações de divulgação utilizamos figuras relacionadas aos infográficos fornecido pela própria plataforma aos administradores, é notável que existe uma interação entre os alunos e a comunidade no geral com a conta do grupo VISIOROB no Instagram. Ressaltando a importância da comunicação para a criação de laços dentro da própria universidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. As janelas do Ciberespaço. Porto Alegre: Sulina. 2001.

LEMOS, André, JOSGRIBERG, Fábio Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. Porto Alegre. 2009

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2010/resumos/R22-0015-1.pdf>.
Acessado em 29 de setembro de 2020.