

ÁREA TEMÁTICA:

- COMUNICAÇÃO**
- CULTURA**
- DIREITOS HUMANOS E JUSTIÇA**
- EDUCAÇÃO**
- MEIO AMBIENTE**
- SAÚDE**
- TRABALHO**
- TECNOLOGIA**

Programa Ade! nas redes sociais

Cássia Leticia Miranda (cale_rodrigues@hotmail.com)

RESUMO – A partir do ano de 2013, o Projeto Extensionista Programa Ade!, vinculado ao Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa passou a ser disponibilizado na Internet. Anteriormente, o programa, que faz parte das ofertas de extensão do curso desde 2010 era vinculado periodicamente apenas na TV Comunitária de Ponta Grossa, cana 96 da NET. O projeto é coordenado por uma professora, e conta com um professor supervisor além da participação de 16 alunos. O Ade! busca suprir uma demanda de produções e programação televisivas, no curso e na cidade, respectivamente. A intenção deste trabalho é apresentar dados que demonstrem a importância da disponibilização do programa para públicos online. Para isso faremos uso de referencial teórico em jornalismo e comunicação.

PALAVRAS-CHAVE – UEPG. Ade!. Jornalismo. Internet. Redes Sociais.

Introdução

Quando criado, no ano de 2010, o Programa Ade! era produzido para veiculação exclusiva na TV Comunitária de Ponta Grossa, no canal 96 da NET. Passados três anos de experiências e criação de novas necessidades e demandas, o programa ‘parte’ para as plataformas online, vendo nelas, uma alternativa que sustenta a interatividade, promove todos os tipos de discussão e amplia o horizonte comunicativo (WARD, 2006).

Para que pudéssemos nos apropriar destas duas plataformas de forma que, atendêssemos as demandas dos públicos existentes em cada uma delas, e também que a comunicação existisse da forma mais eficiente, adaptamos o programa de forma que ele

pudesse estar adequado às duas plataformas. Questões referentes a linguagem e tempo foram as características que passaram por maiores adaptações.

Se enquanto o programa estava apenas na TV, os questionamentos sobre ‘quem é nossa audiência’ já reverberavam, a partir da duplicação de plataformas essa pergunta ganha mais força, e sua resposta mais importância. Por isso, com a intenção de suprir esta interrogação, o monitoramento do Ade! na Internet teve fundamental importância para que um mapa inicial de audiência fosse construído.

Objetivos

Entendendo que, “as facilidades de interatividade proporcionadas pela Internet em geral, e pelas várias ferramentas existentes em particular, são um forte estímulo à participação” (RODRIGUES, p.4, 2007), em março de 2013 foi criada uma página no Facebook e um canal no Youtube para o Programa Ade!. O objetivo refletido nesta decisão surge do desejo de aproximar produtores e audiência, e visando fomentar a interação com o público através do envio de pautas, comentários, críticas e sugestões.

O programa, que já existia há quase três anos ainda não tinha nenhum meio online de postagem periódica, apenas um canal no Youtube com alguns vídeos. Portanto, entre os objetivos estão a aproximação de produtores e espectadores; monitorar o número de espectadores que acessam o programa; e criar um acervo online da produção feita pelo programa.

Referencial teórico-metodológico

O método adotado para chegar a resultados sobre a efetividade do uso das redes sociais foi o monitoramento da página no Facebook e canal no Youtube. Ambas as plataformas possuem um sistema de controle de acesso. A partir destes dados, disponíveis ao administrador da conta, pudemos avaliar o desempenho do programa nas redes sociais e, em consequência a audiência. O período selecionado parte de 7 de abril de 2013 a 6 de janeiro de 2014, abrangendo, portanto, 9 edições do programa. Foram analisados dados referentes às visualizações, comentários, gostei/não gostei, curtir e compartilhar. Entendemos, portanto, aqui que, essas referências vindas de cada um dos sites serve para balancear a avaliação feita pela audiência acerca daquilo que está sendo oferecido a ela.

Resultados

A partir do monitoramento do painel administrativo do Ade! no Youtube, pudemos constatar que o canal já foi acessado 2702 vezes, e conta com 9 inscritos, que recebem as atualizações de postagens nos respectivos e-mails, além dos seguintes dados:

Quadro 1 – Youtube

| Edição/Mês | Visualizações | Comentários | Gostei/Não Gostei |
|---|---------------|-------------|-------------------|
| Abril | 720 | 1 | 5-1 |
| Maio | 301 | 0 | 4-0 |
| Junho | 422 | 0 | 4-0 |
| Julho | 180 | 1 | 3-0 |
| Agosto | 107 | 1 | 1-0 |
| Setembro | 466 | 0 | 7-0 |
| Outubro | 189 | 0 | 0-0 |
| Novembro | 283 | 0 | 3-0 |
| Dezembro* | 16 | 0 | 0-0 |
| | 9 | 0 | 0-0 |
| | 15 | 0 | 0-0 |
| *Nesta edição, o vídeo foi postado em três blocos | | | |

Fonte: Pesquisa de Campo.

No Facebook, durante o mesmo período, os dados indicam 246 seguidores e um número indeterminado de visualização desde a criação da página. A edição de novembro não foi postada na página, por isso está sem informações de acesso.

Quadro 2 – Facebook

| Edição/Mês | Visualizações | Curtir | Comentar | Compartilhar |
|------------|---------------|--------|----------|--------------|
| Abril | - | 13 | 1 | - |
| Maio | 723 | 6 | 0 | 5 |
| Junho | 1449 | 3 | 0 | 11 |
| Julho | 1046 | 13 | 0 | 8 |

| | | | | |
|----------|------|---|---|---|
| Agosto | 773 | 7 | 0 | 6 |
| Setembro | 1505 | 8 | 0 | 8 |
| Outubro | 1341 | 3 | 0 | 7 |
| Novembro | - | - | - | - |
| Dezembro | 71 | 7 | 0 | 0 |

Fonte: Pesquisa de Campo

Numa avaliação comparativa entre as duas redes sociais, é possível constatar que não há ligação direta entre os resultados obtidos por edição no Facebook e no Youtube. Ou seja, o mês em que um foi mais ou menos visualizado não implica, necessariamente que o outro também foi. Sendo assim, concluímos que os acessos das contas são independentes, apesar de estarem linkados.

Considerações Finais

Se antes nos perguntávamos para quem estamos produzindo este programa, hoje, através das ferramentas ofertadas pelas redes sociais, podemos traçar um mapa de qual é a audiência que assiste ao Programa Ade!. Esta constatação, embora tardia se considerados os três anos de existência do programa sem este mapa, é fundamental para um alinhamento entre o que se produz e para quem se produz. Contudo, o que já conseguimos assimilar é que 77% do público online assiste ao programa pelo computador; 22% pelo celular; 1% pelo tablet, segundo dados fornecidos pelo Youtube. De acordo com informações disponibilizadas pelo Facebook, a média de idade dos curtidores da página varia entre 18 e 24 anos.

Referências

- RODRIGUES, Catarina. **A presença do Youtube nos media – Razões e consequências.** Covilhã, 2007.
- WARD, Mike. **Jornalismo Online.** São Paulo: Roca, 2006.