

OFICINA SOBRE AS MÉTRICAS DAS REDES SOCIAIS: ANÁLISES E INTERPRETAÇÕES

Clandio Timm Marques – claudio@ufn.edu.br
Universidade Franciscana
Santa Maria – RS

Leonardo Dalla Porta – leodp@ufn.edu.br
Universidade Franciscana
Santa Maria – RS

Dulcinéia Dalcin – dulcedalcin@gmail.com
Universidade Franciscana
Santa Maria – RS

Marilei Mario da Costa – marileicosta6@gmail.com
Universidade Franciscana
Santa Maria - RS

Resumo: O produto educacional “Oficina sobre as métricas das redes sociais: análises e interpretações”, é um curso de extensão que possui o objetivo de contribuir com o ensino da estatística por meio das análises e interpretações dos dados estatísticos gerados pelas métricas das redes sociais digitais. Realizado em 2021, em uma Universidade Comunitária da cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, contou com a participação de 164 alunos de diversos cursos de graduação, atingindo todas as áreas do conhecimento. Durante a oficina, os estudantes puderam aplicar conceitos estatísticos em suas próprias redes sociais, contribuindo com o ensino da estatística. Como resultado, percebemos que as redes sociais digitais provocaram nos estudantes uma maior interação com a estatística, contribuindo, assim, com a aprendizagem.

Palavras-chave: Ensino de Estatística, Rede Social, Instagram.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais digitais se ampliaram de forma tão impressionante que já fazem parte do cotidiano da maioria das pessoas. De acordo com Vermelho et al. (2014), as redes sociais digitais são definidas como sendo grupos na Internet que permitem o compartilhamento de informações por meio de diversos caracteres e formas. Em princípio, o objetivo do uso das redes sociais digitais era o relacionamento entre amigos ou pessoas com interesses comuns, no entanto, com sua vasta expansão, tornou-se, também, uma ferramenta de divulgação e de trabalho para profissionais de diversas áreas.

Em vista disso, cabe as instituições de ensino superior, responsáveis pela formação e qualificação de inúmeros profissionais, oportunizar conhecimentos que acompanhem as tendências da sociedade atual. Segundo Moran (2012) as instituições de ensino têm que estar conectadas e preparadas para um novo perfil de estudantes, acompanhando o avanço das tecnologias para oferecer um ensino mais contemporâneo.

Nesse sentido, o produto educacional, aqui apresentado, intitulado “Oficina sobre as métricas das redes sociais: análises e interpretações”, desenvolvido em uma Universidade Comunitária da cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, possui o objetivo de instrumentalizar, estudantes de diversos cursos de graduação, na compreensão e interpretação dos dados estatísticos gerados pelas métricas das redes sociais digitais. O produto educacional foi oferecido para todos os cursos de graduação da universidade.

As métricas geradas pelas redes sociais digitais estão ao alcance de todos os seus usuários e, de acordo com Spadaro (2013), servem para medir o engajamento ou, em outras palavras, o nível de interação dos seguidores com o conteúdo do perfil analisado, gerando uma avaliação sobre o interesse que a conta desperta no público. A importância desses conhecimentos está na tomada de decisão das ações pretendidas pelo usuário da conta, promovendo uma melhor interação com o público-alvo que planeja atingir para divulgar seus produtos e serviços, por exemplo.

Além disso, o estudo das métricas geradas pelas redes sociais podem promover uma melhor compreensão de conceitos estatísticos já estudados, fazendo com que os estudantes percebam as inúmeras aplicações da estatística. Segundo Pechi (2011) as redes sociais digitais, além de entreter, podem se tornar ferramentas de interação valiosas para auxiliar no ensino em sala de aula.

2 O PRODUTO EDUCACIONAL

O produto educacional “Oficina sobre as métricas das redes sociais: análises e interpretações”, é um curso de extensão que foi realizado no ano de 2021 para todos os cursos de graduação de uma Universidade Comunitária da cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul. Em suas quatro edições já realizadas, atingiu um total de 164 estudantes.

2.1 Tipo de produto: o produto educacional, aqui apresentado, está enquadrado como uma atividade de extensão no formato de oficina.

2.2 Objetivo: instrumentalizar na compreensão e interpretação dos dados estatísticos gerados pelas métricas das redes sociais digitais.

2.3 Público-alvo: estudantes do ensino superior.

2.4 Nível de escolaridade: ensino superior.

2.5 Descrição do produto: trata-se de um curso de extensão no formato de oficina para promover o ensino da estatística por meio da análise e interpretação das métricas geradas pelas redes sociais digitais. A oficina conta com quatro módulos como mostra o Quadro 1.

Quadro 1 - Módulos da Oficina

Módulos	Descrição
1 – As redes sociais digitais	História e características das principais redes sociais digitais: Facebook, Youtube, Instagram, TikTok, Weibo, LinkedIn e Twitter.
2 – Como mensurar o valor gerado pelas informações das redes sociais digitais	Apresentação e conceitos estatísticos das métricas utilizadas para analisar estratégias de ações nas redes sociais digitais.
3 – Perfil digital profissional	Conversão de um perfil pessoal para um perfil profissional no Instagram.
4 – A estatística das métricas	Análises e interpretações dos cálculos estatísticos das métricas geradas dos perfis profissionais do Instagram.

Fonte: elaborado pelos autores

Cada módulo possui uma carga horária de duas horas e todos foram realizados em um laboratório de informática com a utilização do software Excel, para manipular com as ferramentas estatísticas e para a construção de tabelas e gráficos.

2.6 Dinâmica de aplicação: dividida em quatro módulos, a Oficina inicia apresentando o conceito de redes sociais digitais e a origem das principais redes atuais, como o Facebook, LinkedIn e Instagram, por exemplo. Em seguida, no módulo 2, “Como mensurar o valor gerado pelas informações das redes sociais digitais”, é apresentado alguns conceitos estatísticos que podem ser utilizados para compreender as métricas geradas pelas redes sociais, como por exemplo, a taxa de engajamento, que é calculada por meio da média ponderada. A Figura 1 mostra a taxa de engajamento composta com informações da rede social digital Instagram.

Figura 1 – Taxa de engajamento



Peso 1 Peso 2 Peso 3 Peso 1



Fonte: elaborado pelos autores

No módulo 3, “Perfil digital profissional”, os estudantes foram convidados para transformarem sua conta pessoal do Instagram, em uma conta profissional, como mostra a Figura 2. Importante salientar que todos os estudantes já possuíam uma conta no Instagram.

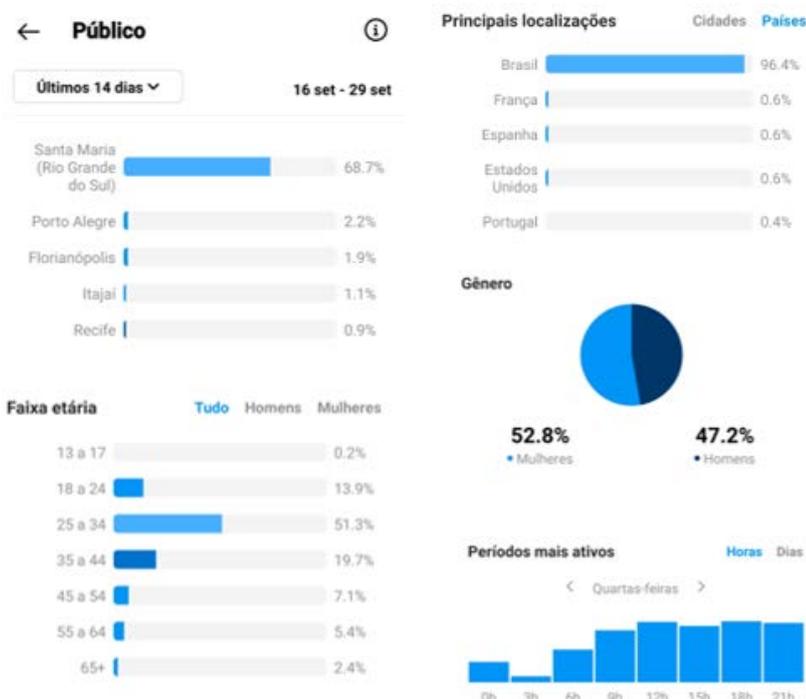
Figura 2 – Transformação para um conta profissional do Instagram



Fonte: imagem adaptada do Instagram

Por meio dessa transformação, a plataforma do Instagram fornece diversos dados estatísticos referentes ao público que visita a conta do usuário como, por exemplo, o sexo, a faixa etária, o país, a cidade e os horários mais ativos em relação aos acessos, como mostra a Figura 3.

Figura 3 – Métricas geradas pelo Instagram



Fonte: imagem adaptada do Instagram

Por meio das métricas geradas foi possível trabalhar diversos conceitos estatísticos, como a interpretação de gráficos de setores, de colunas, de barras, além de cálculos como a da média aritmética, da média ponderada, do desvio padrão e do coeficiente de variação.

No quarto e último módulo, “A estatística das métricas”, foram realizadas diversas simulações com as métricas geradas nos perfis profissionais dos estudantes. Dessa forma, foi possível aplicar diversas atividades utilizando o software Excel em relação aos conceitos estatísticos, como o uso média, da média ponderada, do desvio padrão e a construção e interpretação de tabelas e gráficos. Cada estudante, por meio da sua rede social, fez análises e interpretações das métricas geradas que foram entregues como forma de avaliação da oficina.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este produto educacional evidenciou que o Instagram se constituiu não apenas para fins de diversão e entretenimento, mas como uma contribuição na forma de aprender e mostrar informações importantes ligadas à Estatística. Diversas pesquisas como as de Batanero (2001), Carzola (2002), Dalla Porta (2019) apontam que o ensino da estatística nem sempre é

satisfatório, levando para discussões que procuram promover novas possibilidades de aprendizagem. Encontramos, durante a realização da Oficina, uma possibilidade de contribuir com o ensino da estatística, tendo em vista que as redes sociais digitais fazem parte do dia a dia dos estudantes contemporâneos. Observamos, durante a correção dos relatórios enviados pelos estudantes, que o produto educacional, aqui apresentado, oportunizou um novo olhar para o ensino da Estatística, tendo em vista que os estudantes utilizaram todos os conceitos que foram desenvolvidos durante a Oficina.

4 REFERÊNCIAS

BATANERO, C. **Didáctica de la estadística**. Granada: Grupo de investigación en Educación Estadística do Departamento de Didáctica de la Matemática da Universidad de Granada, 2001.

CARZOLA, I. M. **A relação entre a habilidade viso-pictórica e o domínio de conceitos estatísticos na leitura de gráficos**. 2002. 335f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2002.

DALLA PORTA, L. **Formação do raciocínio estatístico na conceptualização da estimação estatística: estudo exploratório de um dispositivo pedagógico no ensino superior**. 2019. 263 f. Tese (Doutorado em Ensino de Ciências e Matemática) – Universidade Franciscana, Santa Maria, 2019.

MORAN, J. M. **A Educação que Desejamos: Novos desafios e como chegar lá**. - 5ª ed: Campinas, SP: Papyrus, 2012.174p.

PECHI, D. **Como usar as redes sociais a favor da aprendizagem**. 2011. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/240/redes-sociais-ajudam-interacao-professores-alunos>.

Acesso em: 09 de junho de 2022.

SPADARO, A. **Web 2.0: redes sociais**. São Paulo: Paulinas, 2013.

VERMELHO S.C.; VELHO A.P.; BONKOVOSKI A.; PIROLA A. **Refletindo sobre as redes sociais digitais**. Educação & sociedade. 2014.