

Conteúdos educacionais crescem na internet

Jovens estão cada vez mais em busca de informações na rede

Com a invenção da internet, muitas transformações aconteceram. As influências da nova tecnologia foram bastante notáveis, e o setor de informação foi o primeiro a sentir os impactos, devido à facilidade de acesso. No entanto, as mudanças não se limitaram à acessibilidade: passaram a influenciar também nas escolhas dos usuários.

O crescente acesso à informação resultou numa mudança no modo como as pessoas se conectam aos conteúdos disponíveis. Surgiram os problemas de excesso de informações e se tornou necessário realizar um filtro maior do que seria, de fato, relevante para os

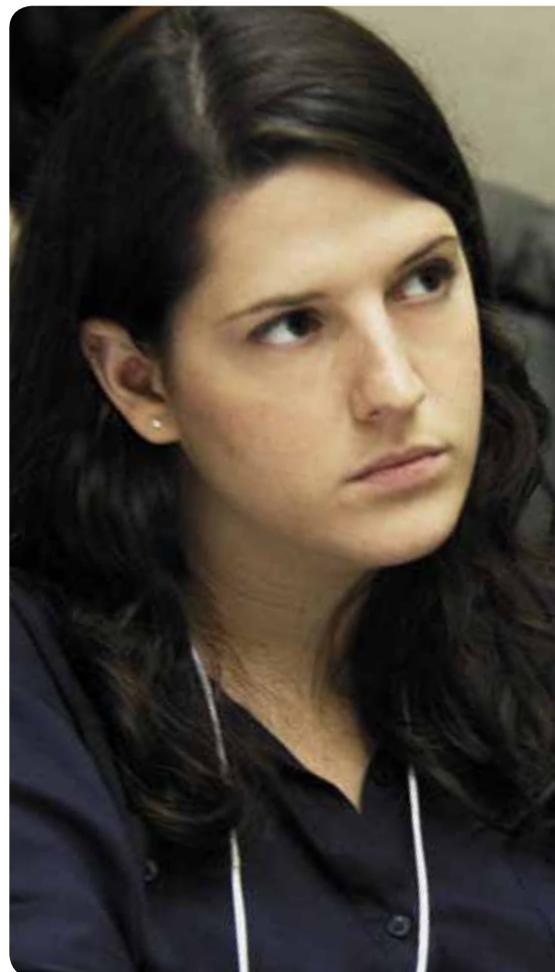
usuários. A tecnologia, fator imprescindível no desenvolvimento dessa facilidade de acesso, está crescendo, em média, 30% ao ano no Brasil.

Novas atitudes

Após uma avaliação de dados a respeito do processo de escolhas na internet, as empresas que ainda não estão na rede estão em desvantagem, se comparadas às outras. Essa foi a conclusão a que chegou Paulo Cabral, gerente de novos negócios do Google, durante o GEduc 2012. Segundo ele, 70% do tempo gasto na procura por informações é online, ou seja, as instituições que não dispõem informações na rede só al-

cançam as pessoas em uma parte pequena do processo de decisão.

Para Paulo, o modo como as pessoas se comportam e suas atitudes diante dessa nova tecnologia é muito diferente de quando ela não existia, tanto em relação ao consumismo quanto à filantropia. Estima-se que 2 bilhões de dólares tenham sido vendidos via smartphones no e-Bay, em 2010, segundo o site techcrunch.com, nos Estados Unidos. Durante a arrecadação de donativos para o Haiti, no mesmo ano, 20% dos participantes optaram por doações via mensagens de texto na primeira semana após o desastre, segundo o site mashable.com. “Não dava para imaginar que as pessoas iam





Lia Konkier, Luciana Cordeiro e Paulo Cabral, gerentes da Google, falam da busca por informações na internet

fazer compras através de um telefone celular. Hoje há muita velocidade, profundidade e quantidade de informações”, ressalta o gerente de novos negócios do Google.

As pessoas estão usando cada vez mais ferramentas de internet e de tecnologia em benefício próprio. Não apenas no setor educacional e de informação, mas também nos relacionamentos e no lazer. É uma busca sem limites por conhecimento e interação, que não é possível em nenhum outro veículo. Para as empresas, a vantagem é de poder criar uma proximidade maior com os clientes potenciais e ser vistas por eles num momento de descontração, como na exibição de um vídeo, ou mesmo en-

quanto os usuários estão à procura de outros conteúdos.

A educação na internet

Segundo Lia Konkier, gerente de Contas de Educação do Google, há uma pesquisa que estima que o tempo gasto por um usuário em busca de informação sobre educação para tomar uma decisão é de seis meses. Durante todo esse intervalo, buscam-se informações a respeito de cursos, instituições, benefícios e melhores localizações. Somente após uma análise completa é que se conclui a matrícula ou inscrição. Lia ressalta que, além de a busca ser online, o processo de decisão, na maioria das vezes, é efetivado

na própria internet, na página da instituição.

Como exemplo, ela cita os vestibulandos. Há a necessidade de escolher um determinado curso para concorrer no vestibular, um cursinho para estudar, e descobrir quais são as instituições que oferecem o que eles estão procurando. Todas essas informações serão obtidas por meio de pesquisas em sites. No final do processo, o candidato já tomou sua decisão e irá realizar sua inscrição pela internet mesmo. “A televisão e a revista são informativas, mas realmente se consegue pesquisar mais profundamente e concluir a inscrição no meio online”, completa Lia.

A gerente de Contas de Educação do Google ressalta ainda que as instituições de educação devem tentar impactar os estudantes durante todo o processo de pesquisa e decisão. Para isso, elas devem estar no lugar certo, e sempre onde estão os alunos. Os recursos devem ser explorados, já que as possibilidades na internet são enormes. Segundo pesquisa realizada pelo Google em parceria com a TNS, em 2011, 94% dos estudantes pesquisados utilizaram o Google como ferramenta de pesquisa no processo de decisão, e os serviços de vídeo e a tecnologia móvel já fazem parte do cotidiano de muitos jovens. Para eles, é essencial que o conteúdo educacional seja acessível, pois isso desperta a atenção para a instituição, que consegue estar sempre presente, de alguma forma, em seu dia a dia.

passadas”, explica a também gerente de Contas de Educação do Google, Luciana Cordeiro.

Ferramentas para as instituições

As instituições devem ficar atentas a todo esse movimento da nova geração. São muitas as possibilidades a serem exploradas para uma maior visibilidade. Paulo explica que as ferramentas de busca mais utilizadas pelos alunos são os sites de pesquisa tradicional, o YouTube e os smartphones. Isso se deve em parte, à faixa etária desses jovens, que navegam diariamente para acessar conteúdos diversos, inclusive educacionais. Não há um número preciso que mostre a quantidade de dados sobre educação online, no entanto ele é muito vasto e está na lista dos principais conteúdos disponíveis na rede. “Mais importante do que ter volume de conteúdo é haver interesse sobre ele”, diz Paulo.

essa tecnologia a partir do momento em que a pessoa procura por um determinado curso e o encontra por meio do novo sistema.

Até mesmo o GPS pode facilitar o contato das instituições com os possíveis alunos. Hoje em dia, todo smartphone possui esse serviço de localização, portanto as pessoas têm grande afinidade com ele. O usuário pode realizar uma pesquisa, a partir de onde está localizado no exato momento da busca, para descobrir as unidades das instituições mais próximas. Essa é uma novidade ainda pouco explorada, porém muito relevante, tendo em vista que a proximidade é um dos fatores que influenciam na hora da escolha dos estudantes, e não é necessário nenhum investimento financeiro, pois o sistema de busca faz essa identificação do satélite.

... as empresas que ainda não estão na rede estão em desvantagem, se comparadas às outras.

Essa procura por um grande volume de informações é, inclusive, característico do Brasil. Paulo Cabral revela que, segundo uma pesquisa feita pelo Comscore em 2011, 40% de todos os internautas do País visitam sites relacionados à educação. Para ele, isso demonstra uma afinidade maior dos brasileiros com essas páginas, se comparados à média global, que é de 29%. “O Brasil está passando por um período de possibilidades de consumo de serviços de educação muito grande, e isso se reflete também na internet. Os jovens hoje têm mais recursos para se educar que as gerações

A divulgação, por parte da instituição, pode ser feita de várias formas. Há os sites de pesquisa, os de parceiros, as redes sociais, os smartphones. O Google anunciou mais duas novidades tecnológicas que poderão ser aproveitadas pelas empresas: o novo sistema de reconhecimento de voz e o de imagens. Um comando vocal será o suficiente para que se faça uma pesquisa sobre determinado assunto, assim como uma imagem escaneada, que procurará outras semelhantes e resultados a respeito dela. Luciana completa que uma empresa pode explorar

Publicidades passivas também podem ser valiosas. Em meio ao intenso tráfego de dados da internet, as instituições que souberem aparecer, sem que sejam procuradas, podem tirar proveito da situação. Se um usuário estiver navegando por uma página que possui conteúdo relacionado a uma escola, por exemplo, ele poderá ter contato com a instituição, ainda que não tenha nenhuma necessidade naquele momento. Mas caso ele esteja em processo de decisão, ou o faça em um determinado momento, a empresa já estará na mente dele. De acordo com Luciana, o grande diferencial da internet, em relação ao longo processo de tomada de decisão, é a possibilidade de estabelecer um planejamento para impactar os alunos, ao longo de todo o tempo, de maneiras diferentes. ■