

MOODLE E MAILCHIMP: CONVERGÊNCIA DE AÇÕES PARA APLICABILIDADE NA EAD

Rio de Janeiro/RJ Maio/2016

Matheus Manzano Machado - UNA-SUS/UERJ - mmanzano@unasus.uerj.br

Rita de Cássia dos Santos Nunes Lisboa - UNA-SUS/UERJ - rlisboa@unasus.uerj.br

Juliana Macedo Reis Mercês - UNA-SUS/UERJ - jmerces@unasus.uerj.br

Márcia Maria Pereira Rendeiro - UNA-SUS/UERJ - mmrendeiro@yahoo.com.br

Paulo Roberto Volpato - UNA-SUS/UERJ - volpatouerj@gmail.com

Tipo: RELATO DE EXPERIÊNCIA INOVADORA (EI)

Categoria: MÉTODOS E TECNOLOGIAS

Setor Educacional: EDUCAÇÃO CONTINUADA EM GERAL

RESUMO

O Curso Política Nacional de Saúde Integral de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT) foi lançado com a finalidade de atender a PNEPS. Em sua primeira oferta, 12.644 pessoas se inscreveram e 4.264 se certificaram. A partir de uma análise do percurso de cada aluno não certificado concluímos a presença de 3 grupos: (1) nunca acessaram o curso; (2) acessaram mas não finalizaram a prova certificação e (3) acessaram e não realizaram a prova certificação. Com o objetivo de potencializar o número de concluintes na segunda oferta do Curso, foi utilizado a plataforma MailChimp para envio de e-mail marketing como ferramenta de comunicação com o aluno. Como motivos de sua implementação destacam-se as seguintes características: (1) a comunicação direcionada de forma precisa, (2) plataforma gratuita, (3) não precisa ser instalada, (4) possibilidade de mensurar resultados e (5) o alcance rápido de longas distâncias. O intuito dessa pesquisa é apresentar a percepção dos dados de envio de mensagem pelo MailChimp como uma plataforma de comunicação para potencializar o número de concluintes no Curso Política Nacional de Saúde Integral LGBT. Os resultados dos dados mostram que tivemos um número crescente de 8% nas certificações comparando as ofertas 1 e 2. Conclui-se que a convergência de ações realizadas otimizaram o processo de certificação dos alunos, e assim auxiliando o processo de ensino-aprendizagem.

Palavras-chave: EAD, Mídias Sociais, Moodle, MailChimp

INTRODUÇÃO

No Brasil, o governo federal tomou o compromisso disposto através da Política de Educação Permanente em Saúde (PNEPS), regida pelas Portarias GM/MS nº 1.996 de agosto de 2007 e nº 278 de fevereiro de 2014, de "promover mudanças nos processos educacionais dos profissionais de saúde, com vistas a integração da gestão de recursos humanos com as necessidades dos serviços de saúde da população" adotando o uso de Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e implementando várias ações para intervir na capacitação dos profissionais em atuação no Sistema Único de Saúde. (BRASIL, 2014)

Como estratégia desta política, o Ministério da Saúde em parceria com a Secretaria Executiva da Universidade Aberta do SUS (UNA-SUS) e a UNA-SUS da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UNA-SUS/UERJ) lançou o Curso Política Nacional de Saúde Integral de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT).

O curso, oferecido na modalidade a distância e em formato autoinstrucional, no qual não há mediação ou auxílio de um tutor online, foi pensado para os profissionais da saúde e gestores vinculados ao SUS, mas tem acesso aberto ao público interessado pela temática.

Em sua primeira oferta, realizada de maio a outubro de 2015, 12.644 pessoas se inscreveram e 4.264 se certificaram.

Para Herzog, a mensuração dos índices de evasão é pré-requisito para um controle eficaz da retenção de alunos (HERZOG, 2005). Desjardins complementa que deve-se segmentar os alunos em grupos específicos (DESJARDINS, 2003).

Portanto, para entender essa diferença significativa, foi realizada uma avaliação no percurso de cada aluno não concluinte do curso na plataforma *Moodle*. Na análise dos resultados identificamos 3 grupos: (1) nunca acessaram o curso; (2) acessaram mas não finalizaram a prova certificação e (3) acessaram e não realizaram a prova certificação. Paralelamente foi implantado a plataforma *MailChimp* para envio de mensagens personalizadas correspondente a cada grupo. Essa plataforma informa os números de emails entregues, recebidos e lidos.

Para tentar resolver esses aspectos na segunda oferta do curso, realizada no período de 15 de setembro a fevereiro de 2016, utilizou-se o e-mail marketing como plataforma de comunicação com o aluno. Este apresenta como características: (1) a comunicação direcionada de forma precisa, (2) custo baixo, (3) possibilidade de mensurar resultados e (3) o alcance rápido de longas distâncias. Somado a isso, o fato de quase todo mundo ter um *smartphone* faz o e-mail ganhar ainda mais força. Esses fatores respondem a implementação desta ferramenta no relacionamento com os alunos dos cursos oferecidos na UNA-SUS/UERJ.

Diante desse contexto, o objetivo geral dessa pesquisa é apresentar os grupos identificados no Moodle e a percepção dos dados de envio de mensagem pelo *MailChimp* como uma plataforma de comunicação para potencializar o número de concluintes no Curso Política Nacional de Saúde Integral LGBT.

REFERENCIAL TEÓRICO:

Segundo CONTIJO (2004, p.11) “os meios de comunicação são extensões de nosso corpo, e suas mensagens, de nossos sentir e pensar”. O Curso analisado foi ofertado no formato autoinstrucional, no qual não há a interação de tutores realizando uma comunicação entre os sujeitos. Assim, para que a informação ocorresse foi disponibilizado o FAQ e o Fale Conosco dentro do ambiente virtual de aprendizagem (AVA); no entanto, foi verificada a importância de uma interação além da plataforma, com a utilização de uma nova tecnologia que possibilitasse o envio de e-mail para um grande número de usuários não concluintes. Diante dessa necessidade observada, foi implantado a plataforma *MailChimp*.

A plataforma *MailChimp* não precisa ser instalada, é uma plataforma gratuita e utilizada em nuvem. Muito eficiente na utilização de envio para usuários e para o controle de recebimento ou não das mensagens enviadas. A única restrição na aplicabilidade dessa plataforma é que o envio de mensagens gratuitas não é ilimitado, ou seja, é restrita apenas para o envio de mensagens para 2000 usuários semanais.

A UNA-SUS/UERJ implementou essa plataforma como estratégia de comunicação para envio de mensagens aos usuários, não concluintes, no curso Política Nacional de Saúde Integral LGBT.

“Formar para as novas tecnologias é formar o julgamento, o senso crítico, o pensamento hipotético e dedutivo, as faculdades de observação e de pesquisa, a imaginação e a capacidade de memorizar e classificar a leitura e a análise de textos, imagens, a representação de redes de procedimentos e de estratégias de comunicação.”
(PERERNOUD, 2000, p.128).

Diante do pressuposto descrito por Perernoud os procedimentos e estratégias de comunicação foram delineados a partir de um momento específico do não acesso do cursista dentro do curso ou diante da não realização da prova certificação. Ao se pensar na aplicabilidade do *MailChimp* foram criados mensagens e imagens padronizadas para a realização da abordagem via e-mail de forma que o cursista ao receber a informação fosse capaz de realizar a leitura, como por exemplo tutoriais enviados para acesso ao aluno que iniciou a prova certificação e não soube finalizá-la.

O *MailChimp* é uma plataforma de e-mail marketing criada em 2001 e atual líder mundial nesse segmento, utiliza-se recursos e integrações que permitem o envio de e-mails marketing, mensagens automatizadas e campanhas direcionadas, o *MailChimp* também possibilita a geração de relatórios detalhados de desempenho e interação para cada campanha de e-mails enviada.

Essa realidade foi apresentada no curso a partir do momento que estratégias de envio de mensagens foram realizadas, ou seja, o ciberespaço não pode ser alterado; mas, o comportamento dos usuários dentro dessa nova concepção de interação pode ser modificada. Assim, foi pesquisado e implementado essa plataforma que atende a necessidade do cenário vivenciado e do retorno otimizado na mineração de dados.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A palavra metodologia é uma palavra derivada de método que no latim escreve-se “*methodus*”, e o seu significado é “**caminho ou a via para a realização de algo**”. Diante dessa breve introdução a pesquisa realizada, como pesquisa-ação, tem o intuito de apresentar como os procedimentos/caminhos foram realizados para o envio de mensagens para os alunos através do *MailChimp*. Os processos realizados utilizando essa plataforma de acompanhamento de conclusão de curso, oferta LGBT 1 e 2, iniciou-se com a gestão de planejar, implementar e controlar os envios durante períodos distintos.

PLANEJAMENTO

Para que os objetivos fossem alcançados foi realizado, após a análise de otimizar o número de concluintes no curso, um planejamento para as seguintes definições:

- Identificar o responsável sobre o levantamento de dados no Moodle, na criação das mensagens e no envio das mensagens pelo *MailChimp*;

Ações	
Quem levantará os dados	Responsável
Quem criará as mensagens	Responsável
Quem enviará as mensagens	Responsável

Figura 1: Planejamento das ações

- Descrever na Linha do Tempo o período da oferta e o período de envio das mensagens;

Mensagens_ Acompanhamento do Curso LGBT_ Oferta 2						
Período de Oferta (15/09/2015 a 17/02/2016)						
Mês	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro
Linha do Tempo	Início	Início	Meio	Meio	Fim	Fim
Envio de Mensagens		nunca acessaram o curso	nunca acessaram o curso	acessaram mas não finalizaram a prova	não realizaram a prova certificação	não realizaram a prova certificação

Figura 2:Linha do Tempo

IMPLEMENTAÇÃO

Na execução a ação foi realizada através da mineração de dados extraídos da plataforma Moodle. Mapeamento de acessos no AVA Moodle (nunca acessaram o curso; acessaram mas não finalizaram a prova certificação e acessaram e não realizaram a prova certificação).

Cidade/Município	País	Último acesso ▼
RJ	Brasil	Nunca
RJ	Brasil	Nunca
	Brasil	Nunca

Figura 3: Imagem extraída da plataforma Moodle. Cursistas que nunca acessaram

Estado ▲	Iniciado em	Completo	Tempo utilizado	Avaliar/100,00
Nunca enviadas	1 setembro 2015 17:49	-	-	-

Figura 4: Imagem extraída da plataforma Moodle. Acessaram o questionário e não enviaram

Após esse processo, o *MailChimp* foi habilitado e configurado para o início do envio das mensagens. Esse processo ocorreu a partir da importação de listas de contatos extraídas do Moodle, para que só então pudesse prosseguir com o desenvolvimento da(s) campanha(s) de e-mail.

CONTROLE

No controle, utilizou-se o mapeamento pelo número e-mails extraídos pelo Moodle. Após esse levantamento, o processo com o *MailChimp* descreveu de forma otimizada os *e-mails* enviados, entregues, abertos e os tipos de cliques.

Os cliques nos hiperlinks das campanhas foram mapeados tanto pela quantidade total quanto pela quantidade discriminada por destinatários únicos, possibilitando a transparência das informações sobre quantas vezes cada um deles clicou e em quais hiperlinks (AVA, suporte técnico, site institucional, redes sociais).

Já em relação à coluna “Alunos certificados,” o mapeamento de controle foi realizado pelo AVA Moodle. (Figura 5)

Nome da Campanha	Data Envio	Emails enviados	Emails entregues	Emails abertos	Clicaram nos links	Tickets recebidos	Alunos certificados
Nunca Acessaram o Curso	10/10/2015	518	517	316 (61,1%)	91 AVA; 16 suporte técnico; 02 site institucional,	122 (10/10 até 08/12)	391
Nunca Acessaram o Curso	09/11/2015	2000	1995	1208 (60,6%)	434 pessoas (776 AVA; 24 suporte técnico; 01	20 (09/12 até 17/12)	211
Acessaram mais não finalizaram a prova	17/12/2015	2000	1996	1130 (56,6%)	401 pessoas (628 AVA; 28 suporte técnico; 01 facebook; 01	5 (18/12 até 05/01)	393
Não realizaram a prova	06/01/2016	208	207	110 (51,4%)	110 pessoas (58 AVA)	42 (06/01 até 11/01)	272
Não realizaram a prova certificação	11/02/2016	1655	1649	781 (47%)	224 pessoas (376 AVA; 12 suporte técnico)	138 (12/01 até 29/02)	257

Figura 5: Planilha de controle

RESULTADO

Verificou-se que na oferta do LGBT 1 tivemos o ingresso de 12.644 e a certificação de 4.264 cursistas, comparando com a oferta LGBT 2 em que tivemos o ingresso de 6.784 e a certificação de 2.803, conclui-se que após a implementação do *MailChimp* como uma plataforma de apoio ao AVA Moodle, tivemos um número crescente de 8% nas certificações. Dentre os tipos de mensagens enviadas, segue a análise do gráfico referente ao mapeamento de mensagens enviadas, entregues e abertos.

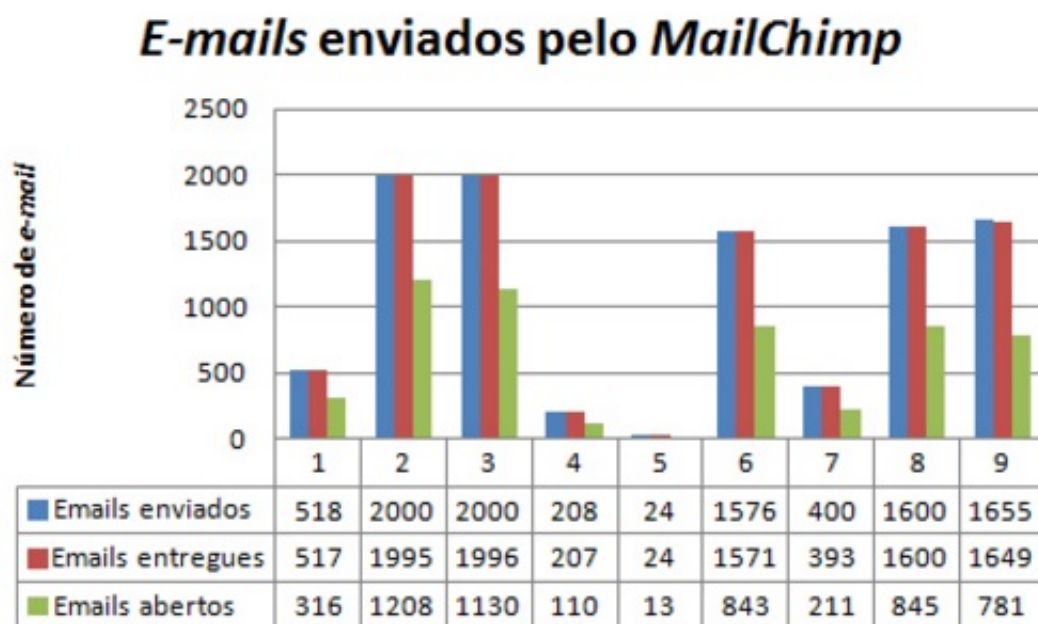


Figura 6: Gráfico produzido pela UNA-SUS/UERJ. Análise dos e-mails enviados pela plataforma *MailChimp*

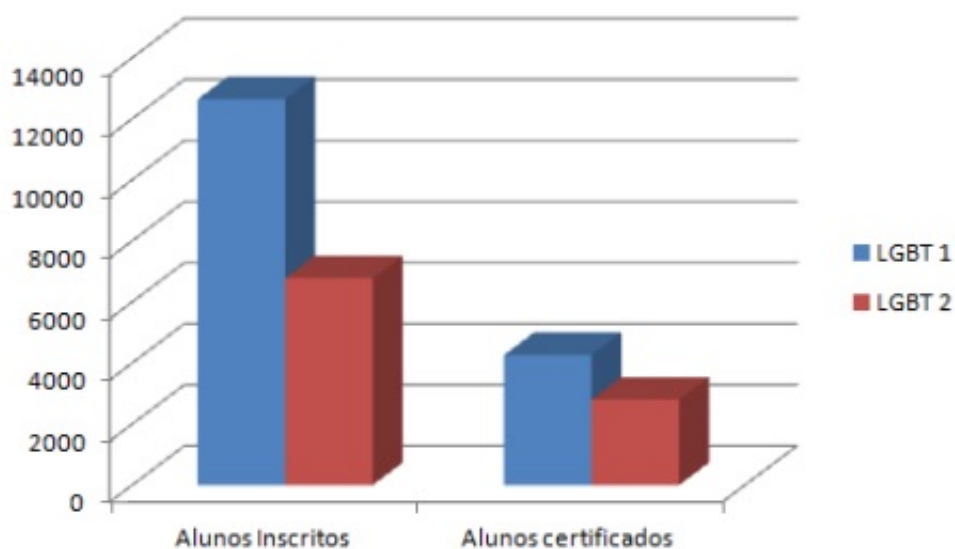


Figura 7: Gráfico produzido pela UNA-SUS/UERJ. Análise comparativa do total de inscritos e certificados nas duas ofertas do Curso.

Paralelamente temos o relatório de rastreamento de campanhas do *MailChimp* que apresenta os *feedbacks* em relação aos resultados dos envios, como: quantitativos e percentuais de e-mails recebidos e abertos, número de cliques (total e por pessoas), horário que o usuário visualizou a mensagem, ranking dos links mais acessados e dos destinatários que mais clicaram, informe dos contatos que cancelaram assinatura e dados geográficos de acesso. (Figura 7)

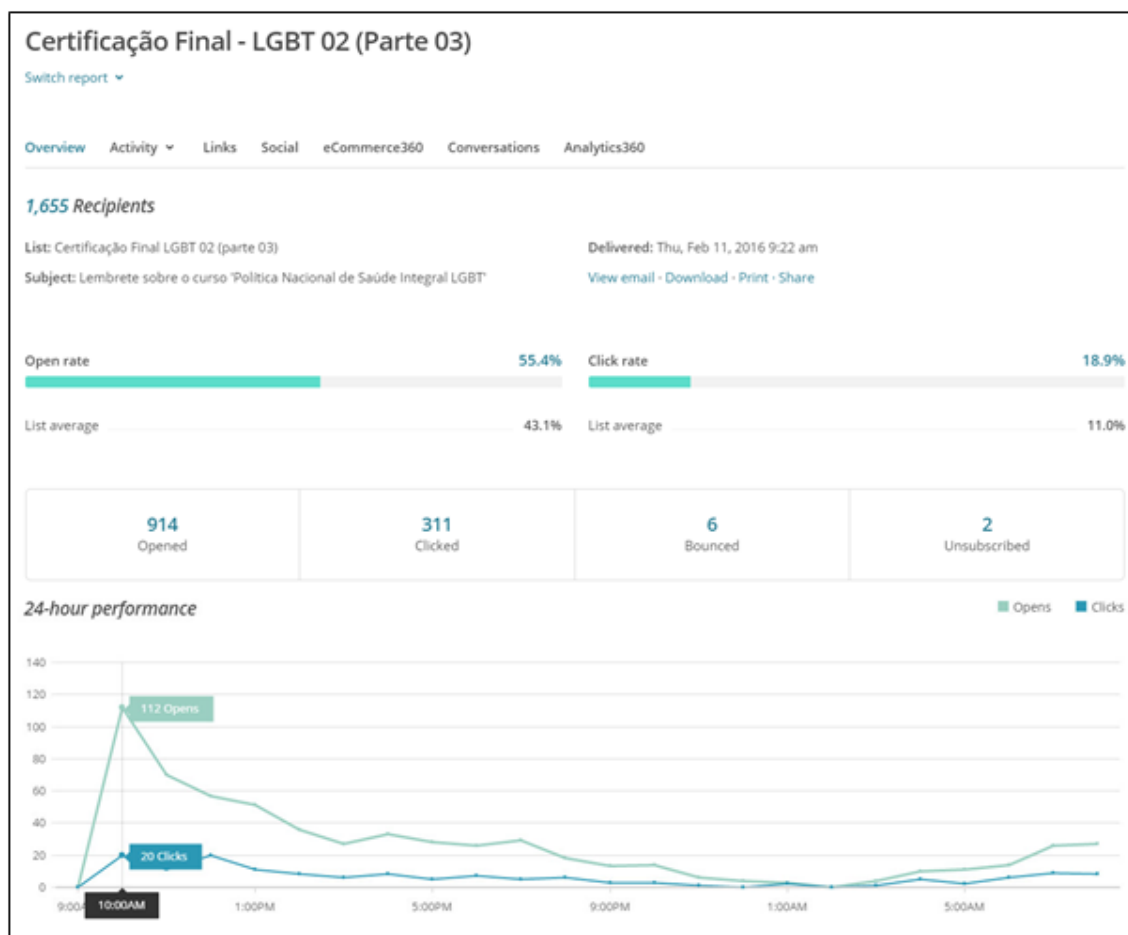


Figura 8: Print do relatório da campanha Certificação Final LGBT 2, extraída do *MailChimp*

Esse *feedback* permite planejar novas estratégias para os alunos que não acessaram o e-mail enviado. Como por exemplo, enviar novamente o e-mail, fazer contato direto via telefone e conhecer o melhor horário para envio de e-mails para as próximas campanhas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Como resultado, percebeu-se o Mail Chimp como uma plataforma de marketing que impactou positivamente no aumento de certificação dos alunos como apoio ao Ambiente Virtual de Aprendizagem Moodle.

Após o uso do *MailChimp* e de análises comparativas realizadas nas duas ofertas do curso (LGBT 1 E LGBT 2), pôde-se concluir que campanhas de e-mail marketing e utilização do *MailChimp* são eficazes para serem utilizadas no processo de comunicação resgatando a navegação do aluno no AVA, e por consequência a finalização do curso com certificação.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Portaria GM/MS nº 1.996, de 20 de agosto de 2007. Dispõe sobre as diretrizes para a implementação da Política Nacional de Educação Permanente em Saúde e dá outras providências. Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF, n. 162, 22 ago. 2007. Seção 1.

_____. Portaria GM/MS nº 278, de 27 de fevereiro de 2014. Institui diretrizes para implementação da Política de Educação Permanente em Saúde, no âmbito do Ministério da Saúde (MS). Diário Oficial da União, Poder Executivo, Brasília, DF, 28 fev. 2014. Seção 1, p. 59-60.

BRASIL. Ministério da Saúde. *Política Nacional de Saúde Integral de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (LGBT)*. Portaria nº 2.836, de 1º de dezembro de 2011.

DESJARDINS, Stephen L. Event History Methods: conceptual issues and an application to student departure from college. In.: SMART, John C. (ed.). Higher Education: handbook of theory and research, v.18. Dordrecht, Holanda: Kluwer Academic Publishers, 2003. 748p.

ESTEVES, A. F. A eficiência e a eficácia do marketing eletrônico. 2005. Monografia (Graduação) – Departamento de Sistemas de Informação, Uniminas, Uberlândia, 2005.

HERZOG, Serge. Measuring determinants of student returns vs. dropout/stopout vs. transfer: a first-to-second year analysis of new freshman. Research in Higher Education. v.46, n.8, p.883-928, 2005.

PERRENOUD, Philippe. 10 novas competências para ensinar. Porto Alegre: Artemed, 2000.

MailChimp: About MailChimp, [. Acesso em 12/05/2016.](#)