

INTERAÇÕES E PÚBLICO DE NICHOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DA EIDEIA

IX Encontro de Bolsistas de Apoio a Projetos da Graduação

Marília Gabriela Freitas Nunes, Robson da Silva Braga

Durante o período de março a dezembro de 2019, eventos e programas da Eideia foram divulgados em três plataformas: o site eideia.ufc.br, o Instagram @eideiaufc e a página no Facebook Eideia. A interação envolveu mais de 1000 contas de usuários que acompanharam os conteúdos da pasta nas três plataformas digitais. Foram feitas postagens que envolveram diretamente os bolsistas dos programas da Eideia: CASA, Pacce, Prece e CEA. Tivemos como objetivo observar o comportamento dos seguidores com as postagens feitas durante o período, incluindo gênero, número de curtidas e acessos diários. Os dados ajudam a entender para quem o conteúdo está sendo destinado, gerenciando melhor as plataformas digitais e, assim, constituindo um público-nicho que pode receber conteúdos mais próximos de sua realidade, como estudante e bolsista da Universidade Federal do Ceará ou de alguns dos programas da pasta Eideia. Os resultados se fortificam, principalmente, na plataforma do Instagram, que contava com 771 seguidores até o dia 24 de novembro de 2019. As interações feitas por postagens no feed e nos stories alcançam, em média, 86 contas por semana (17-23 novembro), com 44% entre 18-24 anos, e 32% entre 25-34 anos. A segunda plataforma onde mais se observa interações é na página do Facebook da pasta. Um pouco mais de 119 pessoas interagiram com a página por semana (17-23 novembro), sendo 60% mulheres e 39% homens. Da porcentagem de mulheres, 20% têm entre 19-24 anos, e 17% entre 35-44 anos. Um total de 17% dos homens que acompanham a página têm entre 18-24, enquanto a porcentagem de 38-44 é de 7%, diminuindo com o passar da idade. As interações nas três plataformas digitais da pasta possibilitam uma relação entre a pasta e seus seguidores, que se informam com conteúdos próximos da sua realidade. Parte é constituída por alunos da UFC e bolsistas dos programas. Pretende-se verificar a faixa etária dos estudantes para se comprovar o fato.

Palavras-chave: comunicação. redes sociais. faixa etária. público-nicho.