

O USO DE MÉTRICAS E TÉCNICAS DE OTIMIZAÇÃO PARA AMPLIAR O ALCANCE DAS REDES SOCIAIS DO INSTITUTO DE CULTURA E ARTE DA UFC

IX Encontro de Bolsistas de Apoio a Projetos da Graduação

Gabriel de Oliva Bemfica, Araguacy Paixao Almeida Filgueiras

Com a ampliação do acesso à internet o uso de redes sociais tornou-se importante método de comunicação institucional, tanto para empresas quanto para organizações e entes públicos. Uma das vantagens do uso dessas redes, no âmbito da comunicação institucional, é a possibilidade de verificar com precisão o alcance das campanhas. Este alcance é verificável não apenas pela quantidade total de acessos, mas, nos últimos anos, também se tornou possível realizar a segmentação do público em diversos parâmetros demográficos, podendo-se realizar o direcionamento de determinadas publicações de acordo com a necessidade de cada momento. Este trabalho busca analisar o alcance da página de Facebook do Instituto de Cultura e Arte da UFC antes e depois da avaliação de métricas e aplicação de técnicas de otimização na criação das publicações, com critérios como horários de maior acesso e tipos de publicação (imagem, vídeo, texto ou links) de maior impacto. Para tanto, foram analisados dois períodos de tempo similares nos anos de 2018, antes da utilização das técnicas de otimização, e de 2019, quando esta prática já estava consolidada na gestão da página. A intenção é verificar a possibilidade de ampliação do alcance de produções artístico-culturais e de projetos ligados à Universidade, tendo em vista que grande parte destes não possui verbas para aplicação de publicidade paga, método primário de divulgação nestas redes. A otimização por horários de pico e por tipo de publicação seria, portanto, a metodologia mais eficiente para obtenção deste resultado.

Palavras-chave: redes sociais. métricas. internet. comunicação institucional.