



PIBIC - CNPq

## Comunicação digital aplicada na gestão de mídias do grupo de pesquisa CityLivingLab **CITYLIVINGLAB**



Autores: Clara Butignol Fredo, Ana Cristina Fachinelli Bertoline

### INTRODUÇÃO / OBJETIVO

O projeto teve como objetivo aprimorar a comunicação nas mídias digitais do grupo. O objeto do projeto foi o relacionamento com o público e a divulgação dos trabalhos. Dentre os objetivos específicos e as atividades realizadas destacam-se a produção de cronogramas, identidade visual, textos e materiais gráficos para redes sociais, monitoramento de engajamento e criação de materiais para divulgação de pesquisas.

### MATERIAL E MÉTODOS

#### Cronograma de postagens em redes sociais para 2023

Foi desenvolvido considerando várias categorias de conteúdo, como eventos, notícias, mini currículos dos pesquisadores, questionários e datas comemorativas. Devido à natureza variável das datas dos eventos, eles não foram incluídos em um cronograma fixo. As datas comemorativas relevantes foram selecionadas após pesquisa e organizadas em uma planilha Excel, com artes e legendas já preparadas para as postagens ao longo do ano.

#### Construção da identidade visual das publicações

Desenvolvida com base nas categorias de conteúdo, usando as fontes Lato e Arsenal, e cores do logotipo do CityLivingLab. O fundo das publicações é uma arte de cidade vista de cima, relacionada ao objeto de estudo do grupo.

#### Produção de texto e artes para publicações

Textos desenvolvidos visando atrair o público de seguidores de forma convidativa.

#### Produções gráficas para a plataforma Tableau

desenvolvidas com base na temática do projeto. Utilizou-se a tabela de cores dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), a fonte Arsenal, ícones minimalistas e imagens relacionadas às cidades. Além disso, um tutorial da plataforma foi criado em parceria com outro bolsista para torná-la mais acessível aos usuários.

#### Monitoramento do engajamento nas redes sociais

O monitoramento foi realizado por meio da plataforma Meta Business Suite. A partir dos dados obtidos foi possível conhecer o público, adequar as publicações e identificar o melhor horário para postagens.

### RESULTADOS

Os resultados do trabalho revelam que, graças à implementação e ao desenvolvimento contínuo das estratégias propostas, foi possível aprimorar consideravelmente o planejamento e a adaptação do conteúdo gerado para as plataformas de redes sociais do CityLivingLab.

Com base em uma análise comparativa conseguimos perceber um aumento no engajamento do público quando aplicamos as medidas desenvolvidas, destacando a eficácia das estratégias implementadas. Isso reforça a importância do planejamento de comunicação digital para otimizar a gestão de mídias nas redes sociais.

#### Análise Comparativa de Insights de Publicações pelo CityLivingLab através da Plataforma Meta Business Suite

14	1	4	1
72	2	4	0
<b>Visão geral</b>			
Contas alcançadas	108	Contas alcançadas	324
Contas com engajamento	14	Contas com engajamento	75
Atividade do perfil	7	Atividade do perfil	2

Exemplo de publicação antes das medidas implementadas.

Exemplo de publicação depois das medidas implementadas.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em conclusão, o projeto de Comunicação Digital aplicada na gestão de mídias do grupo de pesquisa CityLivingLab foi fundamental para aprimorar a presença e a divulgação do grupo nas redes sociais. As atividades realizadas contribuíram para padronizar as postagens, fortalecer a identidade visual, desenvolver conteúdo atrativo e monitorar o engajamento do público. Essas ações foram essenciais para estabelecer uma comunicação efetiva com os seguidores, ampliando o alcance e a visibilidade das pesquisas e projetos desenvolvidos pelo CityLivingLab.

Apoio