



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES
INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS

ESTUDO E ANÁLISE PARA APRIMORAMENTO NA DIFUSÃO DE VÍDEOS EXPLICATIVOS SOBRE TEMPO E CLIMA

Rafaela Soares Dorotéa

Relatório final de Iniciação Científica do programa PIBIC, orientada pelo Dr. Gilvan Sampaio de Oliveira, e coorientado pela B.Sc. Rosemary Aparecida Odorizi Lima.

INPE

Cachoeira Paulista

2021



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES
INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS

ESTUDO E ANÁLISE PARA APRIMORAMENTO NA DIFUSÃO DE VÍDEOS EXPLICATIVOS SOBRE TEMPO E CLIMA

Rafaela Soares Dorotéa

Relatório final de Iniciação Científica do programa PIBIC, orientada pelo Dr. Gilvan Sampaio de Oliveira, e coorientado pela B.Sc. Rosemary Aparecida Odorizi Lima.

INPE
Cachoeira Paulista
2021

RESUMO

O atual projeto tem como base estrutural uma proposta realizada em 2018, onde vem sendo desenvolvida desde novembro de 2019. A continuidade deste artigo possui como finalidade, desenvolver melhorias na área de divulgação, utilizando métodos e ferramentas áudio visuais e metodologia mais compreensiva para a difusão de vídeos e informações do material trabalhado na instituição. O objetivo é manter o trabalho já aplicado nas redes sociais, que vem se demonstrando de forma positiva e atrativa e juntamente implementar técnicas para cada vez mais levar as informações aos usuários de forma ampla, com ferramentas próprias para a divulgação, buscando sempre uma nova atenção.

Ao longo desse projeto podemos demonstrar estatisticamente o crescimento das plataformas de forma constante e a aproximação do público-alvo com a WebTv, após as mudanças de vinhetas e layouts do formato apresentado a eles. O intuito é implementar pesquisas para melhorar o engajamento e fortalecer o material de qualidade e o conteúdo exibido, levando assim informações para determinados nichos de pessoas. Dessa maneira, seguimos para a estabilidade do projeto e integração com os materiais da previsão numérica e outras áreas abordadas, para motivar e expandir o conhecimento das informações mantendo um acréscimo linear.

Palavras-chave: Previsão. Melhorias. Difusão.

LISTA DE FIGURAS

IMAGEM 1: PÁGINA DAS SALAS DO GOTOMEETING.....	7
IMAGEM 2: PÁGINA DAS SALAS DO CISCO WEBEX.....	8
IMAGEM 3: INSTAGRAM DO CPTEC	9
IMAGEM 4: PÁGINA DO CANVA.....	10
IMAGEM 5: YOUTUBE CPTEC	11
IMAGEM 6: VINHETAS CPTEC	11
IMAGEM 7: PÁGINA DO FACEBOOK CPTEC.....	12
IMAGEM 8: PÁGINA DE CONFIGURAÇÃO DO FACEBOOK CPTEC	13
IMAGEM 9: PÁGINA DE PUBLICAÇÃO DO FACEBOOK CPTEC	14
IMAGEM 10: ESTATÍSTICA PÁGINA FACEBOOK	14
IMAGEM 11: PÁGINA DE CONFIGURAÇÃO DO YOUTUBE CPTEC.....	15
IMAGEM 12: PÁGINA DE DEMONSTRATIVO DO YOUTUBE CPTEC.....	16
IMAGEM 13: ESTATÍSTICA PÁGINA YOUTUBE	16
IMAGEM 14: PÁGINA DE DEMONSTRATIVO DE PUBLICAÇÃO DO INSTAGRAM.....	17
IMAGEM 15: PÁGINA DE DETALHAMENTO DE SEGUIDORES DO INSTAGRAM DO CPTEC	18
IMAGEM 16: ESTATÍSTICA PÁGINA INSTAGRAM.....	19

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
2 REVISÃO DE LITERATURA	1
2.1 A importância da divulgação da previsão numérica	2
2.2 Engajamento das redes sociais.....	2
2.3 Difusão de vídeos nas plataformas digitais	3
2.4 Expressões corretas para vídeos na rede	3
3 MATERIAIS E MÉTODOS	4
3.1 Canva.....	4
3.2 Adobe Illustrator	4
3.3 Adobe Photoshop	5
3.4 Adobe After Effects	5
3.5 Adobe Premiere	5
3.6 Filmora	6
3.7 Gotomeeting	6
3.8 Cisco Webex	7
3.9 Instagram	8
3.10 Youtube	10
3.11 Facebook.....	12
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	13
4.1 comparativo Facebook	13

4.1.1 Estatística Facebook	14
4.2 Comparativo Youtube	15
4.2.1 Estatística Youtube	16
4.3 Comparativo Instagram.....	17
4.3.1 Estatística Instagram	18
5 CONCLUSÃO.....	19
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20

1. INTRODUÇÃO

A expansão das instituições nas mídias sociais é um dos segmentos que mais cresce, fazendo com que ganhem mais visibilidade e seu devido espaço no mercado. A conexão constante com o mundo é um ponto atrativo, pois é através das redes que as informações chegam mais rápidas, e traz uma abertura para empresas receberem um feedback eficaz das pessoas.

O processo de difusão das informações, se trata de um benefício qualificado que apresenta estratégias que estimulam o crescimento das mídias. Essa ação passa por etapas, até ser entregue de maneira correta. De acordo com estudos, mostram que a previsão numérica e toda parte tecnológica ainda é um assunto que causa complexidade e dificuldade de entendimento para pessoas que não apresentam um certo conhecimento nessa área.

O projeto em desenvolvimento é acompanhado de uma nova modelagem de linguagem sem prejudicar o material e as informações, trazendo de forma clara para diversos nichos de pessoas. Após análises podemos compreender o crescimento e a divulgação positiva desses novos conteúdos, feitos com inovação nas ferramentas e planejamento.

O foco ainda é mantido para uma implementação de novas propostas que tragam um conforto ao público além de levar as informações com ensinamentos de grande valia a população.

2. REVISÃO DE LITERATURA

O desenvolvimento do estudo, depende de determinados pontos e linhas de raciocínio de artigos e autores para ajudar na definição do problema e manter uma solução que conduza para ideias precisas e conhecimento, contribuindo para um projeto certo. Foram feitos levantamentos sobre as plataformas digitais, o processo do material, sua divulgação na internet, o processo de acesso e seu engajamento.

2.1 A IMPORTÂNCIA DA DIVULGAÇÃO DA PREVISÃO NUMÉRICA

A área de meteorologia é entendida como uma ciência que se aplica apenas em previsão de tempo, porém é uma função que abrange fenômenos naturais e extremos, e são praticados em diversos pontos como construções, em prevenções de acidentes, agricultura, geração de usinas hidrelétricas, que dependem do volume da água, verificando assim a temperatura, auxiliando e prevenindo. De acordo com Sapucci (2008), previsão numéricas conseguem demonstrar o tempo através de vários dias para frente, ela é utilizada para facilitar equações que ainda são complexas. Os modelos numéricos de previsão do tempo são de áreas globais ou limitadas.

Este assunto ressalta cada vez mais a importância do indivíduo a entender o que acontece em sua volta, já que a utilização de tais ferramentas acabam impactando as atividades. A meteorologia e a previsão numérica, nos mostram sua importância ao abranger setores da defesa civil, meio ambiente e saúde, ganhando ênfase no desenvolvimento econômico do país.

2.2 ENGAJAMENTO NAS REDES SOCIAIS

O planejamento para o marketing atualmente, é considerado um dos principais pontos para a navegação ampla das informações. Engajamentos nas redes sociais acontecem através de curtidas, comentários, compartilhamentos do público, servindo como um termômetro que mostra a eficácia de cada publicação. Almeida et al. (2018), afirma que as redes sociais mostram a chave de comportamento do consumidor em relação a determinado produto.

De acordo com Souza (2012), é necessário práticas para o aumento do engajamento, como conhecer o público-alvo, ter uma interação, trazer publicações relevantes com um visual atrativo e ser constante nas postagens. O monitoramento é a estratégia mais eficaz para visualizarmos o contraste e determinarmos quais próximas ações devemos traçar.

2.3 DIFUSÃO DE VÍDEOS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

A difusão dos vídeos nas plataformas, são essenciais para levarmos temas diversificados para o público. O foco nesse método é de grande importância pois são mais atraentes, diferentes e dinâmicos sendo considerados mais fáceis de entender. O Youtube, é o maior meio de divulgação, nele é mostrado os principais anúncios que as pessoas procuram e contém um alto número de upload de conteúdo mundial, além de ajudar recomendando vídeos parecidos com o perfil que o usuário demonstra.

O Instagram está crescendo e evoluindo cada vez mais, sua meta está sendo voltada para vídeos, além de se demonstrar assim como Facebook, uma plataforma onde a um número de grande de pessoas, navegando e buscando temas diversificados.

De acordo com Cintra (2010), o envolvimento das mídias em geral, nos mostra uma maneira mais acessível e rápida e de grande importância a empresas, além de ressaltar as mudanças sociotécnicas e novas formas de contato no âmbito social.

2.4 EXPRESSÕES CORRETAS PARA VÍDEOS NAS REDES

A linguagem áudio visual, é predominante em diversos pontos da mídia, e um modo onde as informações estão chegando de forma dinâmica com assuntos diversos, onde o usuário pode acessar a qualquer momento. Ao trabalhar com vídeos, à um aumento de tráfego do conhecimento nele aplicado. De acordo com Germano e Nogueira (2017), as linguagens utilizadas em cada rede social são importantes para estudo, pois uma expressão mais clara e técnicas simples, facilitam o engajamento.

Quando uma informação passa para internet, ela é adaptada para a própria e se torna o que o público procura. As temáticas de previsões numéricas, são compostas por termos de complexidade que são diferenciados a formatos que mantenham a essência trazendo uma feição adequada.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

O projeto está sendo desenvolvido em volta da reconstrução dos meios de divulgação do CPTEC, pertencente ao Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, onde o setor de Web TV, busca a aprimoração de novo formato e técnicas para o canal do Youtube, Facebook e Instagram.

Para as novas configurações e a estimulação de visualização nas redes, utilizamos vinhetas, post atrativos, divulgações de seminários e reuniões climáticas, explicativos sobre as estações e interativos com o público. O desenvolvimento do mesmo, é feito pelo uso dos softwares de edição Canva, Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Premiere, Filmora e Adobe Photoshop, que são disponibilizados pelo departamento.

3.1 CANVA

A plataforma do Canva é um grande aliado, e considerado de fácil manuseio para quem busca criar e editar projetos para o marketing. Ela oferece diversas imagens de inspirações, além de figuras, elementos e formas para deixar sua arte mais atrativa. Essa ferramenta é gratuita, além de ser adaptada a desktop e dispositivos moveis para facilitar o usuário em sua criação.

São desenvolvidos com esse programa as imagens inseridas na thumbnail do Youtube, divulgações importantes da instituição, artes postadas do Instagram e Facebook, informativos, propagandas e ilustrações de séries.

3.2 ADOBE ILLUSTRATOR

Este software é disponibilizado pela Adobe, que permite ilustrações e criação de diversos designers. O adobe illustrator é focado em formato vetorial, sempre operando em linhas e curvas, o que facilita em redução de imagens com nitidez e layouts com mais identidade visual. Com ele é desenvolvido imagens de informativos e divulgações de cursos como folders.

3.3 ADOBE PHOTOSHOP

O aplicativo Adobe Photoshop, é um programa muito utilizado para o mundo da fotografia e design gráfico. Tendo bastante ferramentas, ele é considerado de fácil manuseio além de ajudar em correções e efeitos nas imagens, sendo usado para um projeto simples até o mais complexo. Este software está sendo utilizado para gravuras, formatação das imagens e ilustrações.

3.4 ADOBE AFTER EFFECTS

É um instrumento que oferece funções simples e práticas para o efeito áudio visual que desejamos criar. Nele contém ferramentas que ajudam na criação de curtas e vídeos, já que ele apresenta animações e conteúdo em Flash, entregando algo de qualidade, profissional, sem a necessidade de ser especialista em efeitos visuais. Esse programa é usado para a criação de curtas das estações, vinhetas, vídeos explicativos que são postados no Youtube, Instagram e Facebook.

3.5 ADOBE PREMIERE

O Premiere é um software profissional, considerado no ramo como um aplicativo completo para seu devido projeto. Por ser de forma simples para os usuários se destacou e assim vem evoluindo cada vez mais pelo adobe. Nele encontramos ajuste de cores, recortes, configurações de som, ajuste e foco, uma ótima ferramenta para ajuste do ambiente e padronização de cores em cenários diversos. É usado para pequenas edições de vídeos explicativos e divulgação no Instagram.

3.6 FILMORA

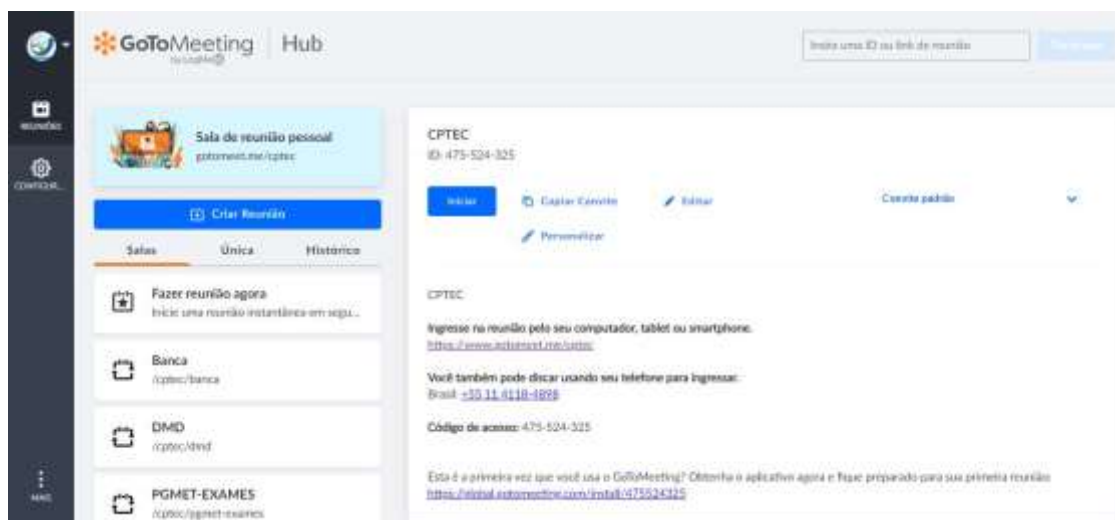
O Filmora é um programa de editor de vídeos bastante popular, que permite de forma simples, a formatação com filtros modernos, músicas do próprio aplicativo sendo assim uma excelente opção para iniciantes. Nele podemos juntar, imagens, áudios, vídeos e fotografias, sendo possível trabalhar detalhadamente em cada camada, para a produção de um projeto áudio visual completo e de qualidade. Assim como o Premiere utilizamos esta plataforma, para a edição da reunião climática, vídeos explicativos, vídeos das estações do ano e projetos para Instagram.

3.7 GOTOMEETING

O Gotomeeting, é uma ferramenta de videoconferência, que nos dá um serviço de hospedagem em web, aderindo um conforto aos usuários que realizam aulas e reuniões. Esta plataforma nos permite um layout de fácil compreensão, além de ser possível o acesso de várias pessoas no mesmo local, sem preocupação de problemas de conexão. Nele a opção de gravação que é enviada ao próprio drive de nuvem do programa e uma disponibilidade em desktop, com as mesmas funcionalidades, sendo aberto a todos formatos operacionais.

Utilizamos este software, para fazer a gravação de seminários de convidados, aulas e webinars que são transmitidos ao vivo, o formato de gravação que a plataforma oferece é extremamente positiva, pois a uma qualidade na captação de tela e de áudio. Os vídeos nela realizados são postados no Youtube como conteúdos de divulgação.

Imagem 1: Página das salas do Gotomeeting

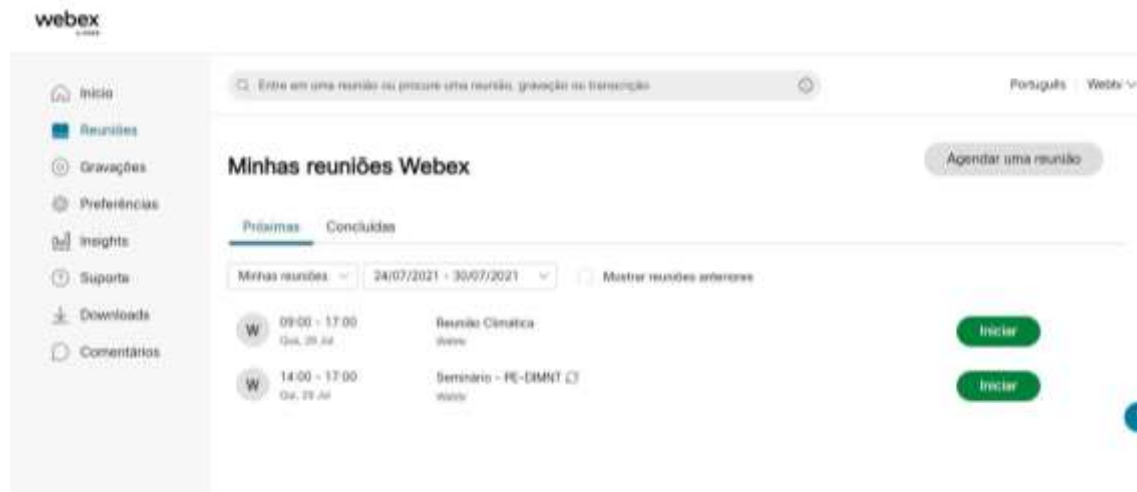


Fonte: CPTEC

3.8 CISCO WEBEX

Este software é responsável por videoconferência, uma plataforma fácil de utilizar com disponibilidade para todos os sistemas operacionais, sendo possível acesso em celulares. O webex, permite entrada de várias pessoas ao mesmo tempo, com possibilidade de reuniões em agendamentos, além de gravações de ótima qualidade, com suporte de transferência de chat. Assim como o Gotomeeting, esta plataforma está sendo utilizada para a gravação das reuniões climáticas e projetos importantes de divulgações.

Imagem 2: Página das salas do Cisco Webex

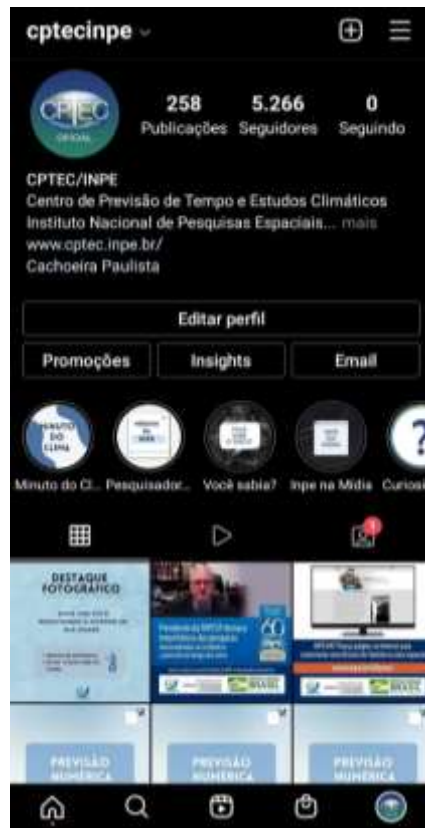


Fonte: CPTEC

3.9 INSTAGRAM

O Instagram é a plataforma que mais se destaca nesses últimos dias, além de ser gratuita a um desenvolvimento constante para a aproximação dos usuários, ganhando a atenção merecida, sendo possível tirar fotos, gravar stories em tempo real, além de IGTVS e compartilhar vídeos com os amigos. A uma gama de informações dentro do Instagram para pessoas que buscam fotos alternativas ou vídeos de publicidade. Nele podemos ter acesso tanto em celulares quanto em desktop, e segundo Kietzmann et al (2011), o aplicativo Instagram acrescenta uma mobilidade que cria plataformas de interatividades, que nela são compartilhados, croquis, conteúdos e informações entre eles. Conforme mostra a imagem 3, foi criado uma página no Instagram para uma maior interação com os usuários:

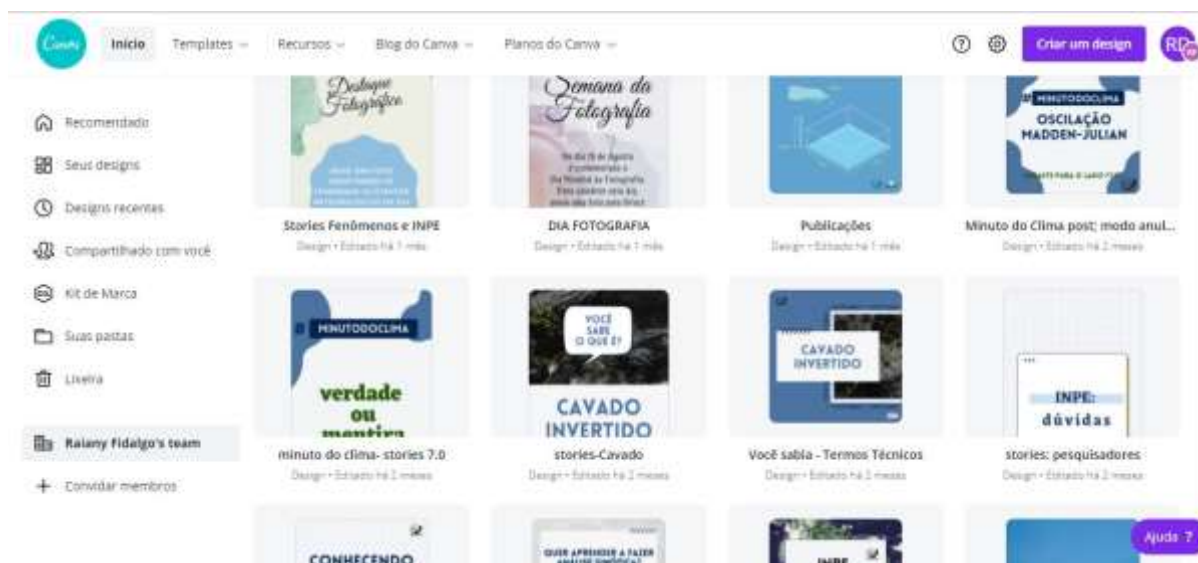
Imagem 3: Instagram CPTEC



Fonte: CPTEC

Esta página é comandada pelo grupo da WebTv, onde são postados no feed, informativos, series de temas diversificados, previsão numérica semanal, divulgações da reunião climática e pelo direct, a comunicação com os usuários, com stores com caixa de comentários e interativos. São planejados os dias de postagens e horários para uma ampla entrega do conteúdo ao público. De acordo com a imagem 4, podemos perceber o novo layout e temas diversificados que estão sendo usados para o desenvolvimento das artes do Instagram:

Imagem 4: Página do Canva



Fonte: CPTEC

3.10 YOUTUBE

O Youtube, é uma função que permite que o usuário carregue, assista e compartilhe vídeos em um formato digital. Nele podem ser postados vídeos da própria autoria que é visualizado pelo mundo. Em seu catálogo, a diversos conteúdos áudio visuais, como documentários, videoclipes e músicas, levando o entretenimento para diversos tipos de pessoas, além da hospedagem de vídeos aula e a opção de transmissão ao vivo. Segundo Burgess e Green, (2009, p.24) está ferramenta é construtiva, onde permite passivamente os conteúdos que queremos adquirir, diferentes de televisões. Um website, de oportunidade de divulgação do trabalho.

A página criada pela WebTV, foi feita em 2009, com a certeza de levar as informações de uma forma alternativa para diferentes pessoas, conforme mostra a imagem 5, a página tem um alto número de inscritos, e diversos vídeos de conteúdos diversificados e essenciais.

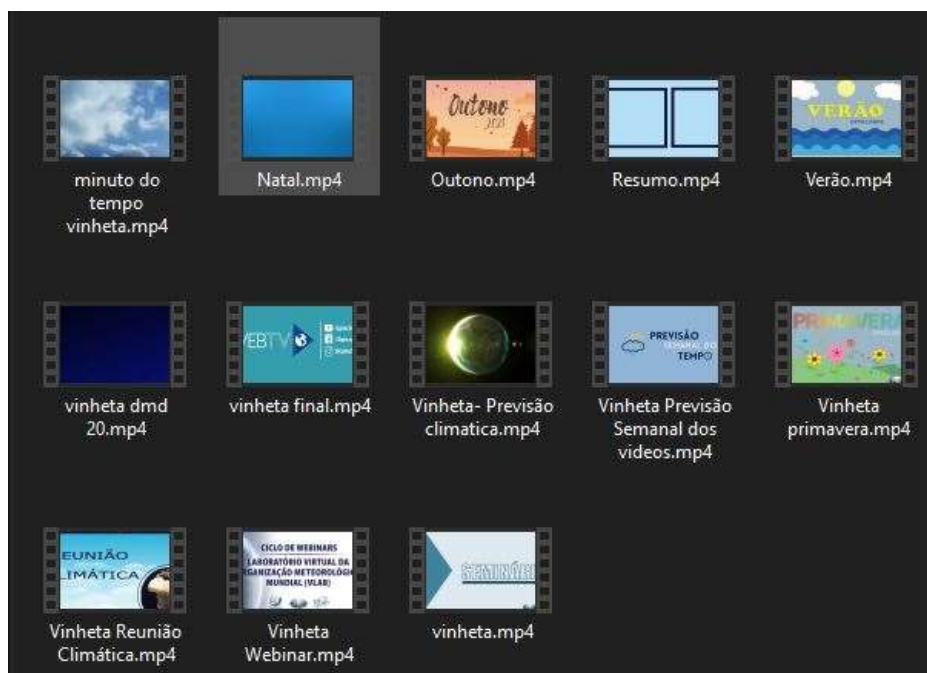
Imagem 5: Youtube CPTEC



Fonte: CPTEC

Para um formato mais atrativo, é pensado em uma série de animação, onde leve um novo modelo de informação, atraindo assim diversificados tipos de pessoas, além de vinhetas, edições e thumbnail que sejam totalmente preparadas para uma melhor divulgação, algumas das criações de vinhetas são mostradas na imagem 6:

Imagem 6: Vinhetas CPTEC



Fonte: CPTEC

3.11 FACEBOOK

O Facebook mesmo estando a muito tempo no mercado, ainda é considerado um local de maior interação e pessoas conectadas. Nele a opção de mensagens rápidas, postagens, compartilhamentos e curtidas de publicações. As páginas criadas de grupos e centros são as mais focadas no Facebook, pois a partir dela a um contato direto com o público, além de poder visualizar em tempo real o engajamento e a opinião em relação a determinado assunto. Uma plataforma versátil que está disponível em aparelhos moveis e desktop, vem sendo atualizado cada vez mais para o encaixe conforme a tecnologia vai atualizando. Segundo Moraes e Moreira (2015) o Facebook apresenta uma acessibilidade, além de ser estrategicamente confiável para marketing e divulgação, nele é encontrado uma gama diversificada de pessoas. Nossa página é uma ponte de divulgação para nossas redes sociais, com o objetivo de cada vez mais alcançar pessoas e levar nossa informação de forma correta e segura.

Imagem 7: Página Facebook CPTEC



Fonte: CPTEC

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Todas as plataformas que utilizamos, nos possibilita monitorar os dados postados, e com a continuidade do trabalho, observamos a desenvoltura e crescimento das divulgações com as visualizações, essas comparações e estatísticas são feitas mensalmente para uma melhoria contínua.

4.1 COMPARATIVO FACEBOOK

Os dados da imagem 8, mostram as visualizações, interações e curtidas, em um período de vinte e oito dias da situação atual:

Imagem 8: Página de configuração do Facebook CPTEC



Fonte: CPTEC

Estes cenários, demonstram o crescimento, ressaltando o engajamento das pessoas na rede social, ou seja, dos usuários com as postagens. Já a próxima imagem 9, é possível observar as mudanças de conteúdos publicadas, demonstrada o alcance, o tempo e engajamento da publicação. Com as informações sendo postadas em todas as redes sociais o alto nível de visualização no Facebook ainda é visível.

Imagem 9: Página de publicação do Facebook CPTEC

Publicado	Publicação	Tipo	Direcionamento	Alcance	Engajamento	Promover
30/7/2021 15:08	Previsão Climática para Agosto,			426	13 4	Turbinar publicação
30/7/2021 15:08	Divulgação da Previsão Climática			636	19 10	Turbinar publicação
22/7/2021 15:55	Divulgação da Reunião de Análise e			1,7K	12 40	Turbinar publicação
2/7/2021 09:11	Uma nova série em que damos algumas			697	10 13	Turbinar publicação
22/6/2021 10:49	Inaugurando uma nova série "Mulheres			975	4 18	Turbinar publicação

Ver todas as publicações

Fonte: CPTEC

4.1.1 ESTATÍSTICA FACEBOOK

Nesse novo cenário, foram estudados o número de visualização, curtidas e principalmente de engajamento e pessoas que acompanham a página, para a melhoria e novos posts de publicação para comunicação com o público. Na imagem 10 podemos perceber o crescimento da página nesse ano de estudo, o que nos ajuda a cada vez mais modelá-lo conforme o público interage.

Imagem 10: Estatística Página Facebook

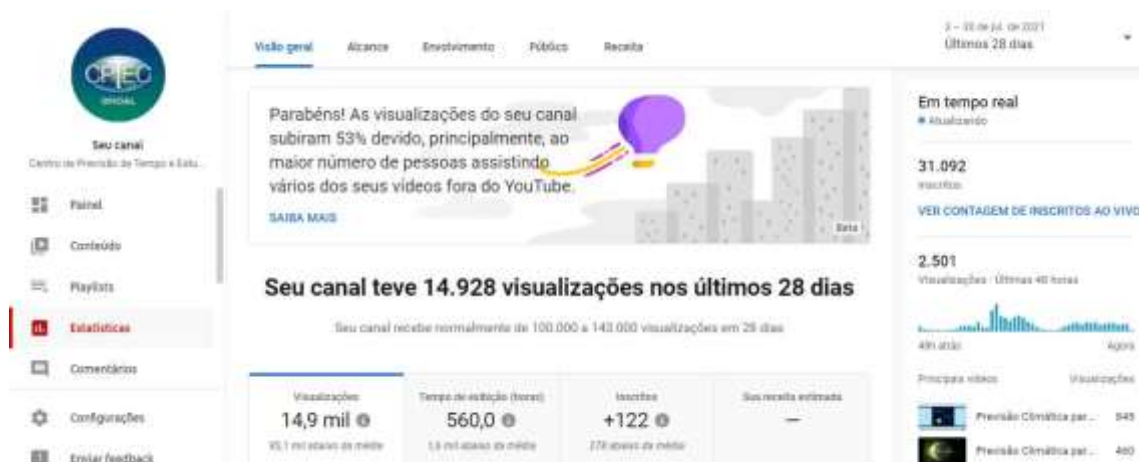


Fonte: CPTEC

4.2 COMPARATIVO YOUTUBE

A página no Youtube, foi a primeira rede social a ser criada, ela é considerada a principal ferramenta de estudo por ser a plataforma de trabalho do setor. Conforme mostra a imagem 11, a maior disponibilidade dos materiais além de um crescimento contínuo, tanto na visualização, exibição e inscritos.

Imagem 11: Página de configuração do Youtube CPTEC



Fonte: CPTEC

A imagem 12, possibilita observar os vídeos mais acessados, com a duração média de visualização de cada vídeo e a média de porcentagem de visualizações. Essas informações ajudam na tomada de decisões, tópicos, criação e o inscrever-se que ajudam em um alcance mais rápido.

Imagem 12: Página de demonstrativo de vídeos do Youtube CPTEC

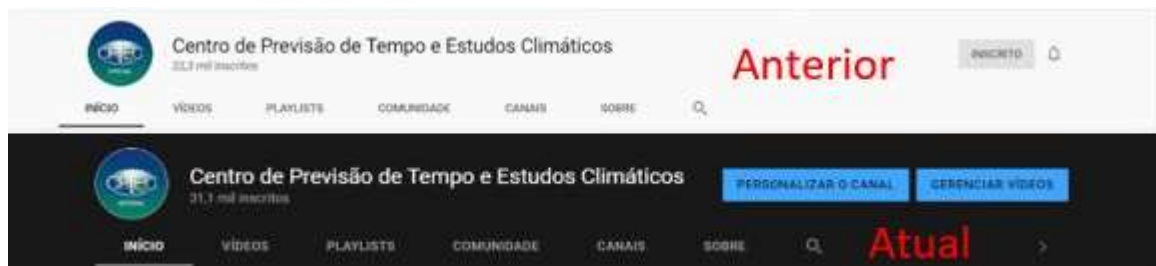
Vídeo	Visualizações	Duração média de visualização	Porcentagem finalizada média
Total	14.927	2:14	9,8%
Previsão Climática para Junho, Julho e Agosto de 2021	3.516 24,3%	1:58	42,3%
Taiwan e China com a Turbina CPTEC	2.150 14,4%	1:33	45,4%
Imagem de satélite - versão 1.3.0 do aplicativo	982 6,6%	0:39	70,3%
Divulgação da Previsão Climática para o trimestre Julho - Agosto - ...	891 5,9%	4:00	4,0%
Previsão Climática para Junho, Agosto e Setembro de 2020	706 4,7%	1:11	16,6%
Previsão Climática para Junho, Julho e Agosto de 2020	684 4,6%	1:03	12,8%
Previsão Climática para Agosto, Setembro, Outubro de 2021	529 3,5%	2:36	50,3%
Previsão Climática para Maio, Junho e Julho de 2021	325 2,2%	1:01	19,4%

Fonte: CPTEC

4.2.1 ESTATÍSTICA YOUTUBE

Para o desenvolvimento da página, são estudados as curtidas, engajamentos e seguidores mensalmente, foram feitas melhorias para atuar conforme a escolha do público. Em um ano de estudo, podemos ver na imagem 13 a melhoria e o aumento de seguidores:

Imagem 13: Estatística Página Youtube

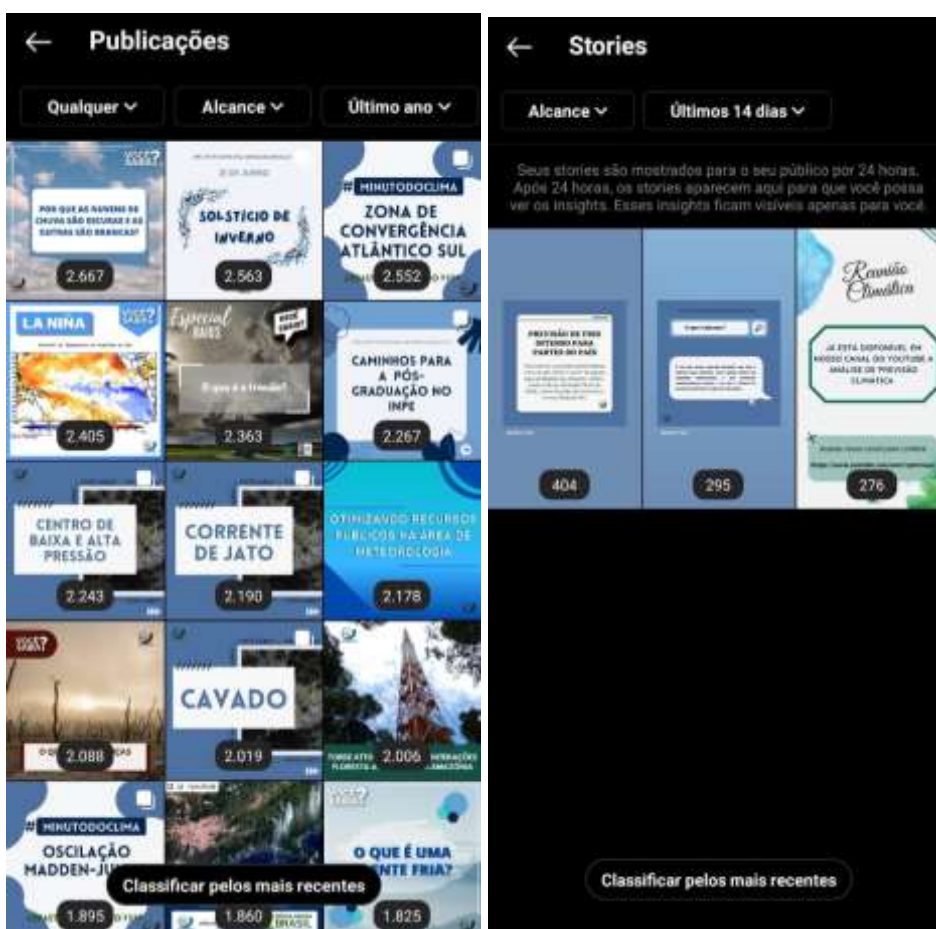


Fonte: CPTEC

4.3 COMPARATIVO INSTAGRAM

A última ferramenta de divulgação é o Instagram, uma rede que se mostra de maior retorno por parte de visitantes e retorno do público. Por ser uma rede mais atrativa para os usuários, a uma progressão positiva na resposta dos posts. A imagem 14 a seguir, ao lado direito mostra os resultados dos conteúdos publicados, já o esquerdo demonstra os resultados de visualização do Stories.

Imagem 14: Página de demonstrativo de publicação do Instagram



Fonte: CPTEC

A imagem 15, mostra número de seguidores, essa ferramenta é disponibilizada para verificação dos dados, onde vemos um valor positivo no acréscimo dos seguidores, o que ajuda para margem de segurança das etapas.

Imagem 15: Página de detalhamento de seguidores do Instagram CPTEC



Fonte: CPTEC

4.3.1 ESTATÍSTICA INSTAGRAM

O estudo do Instagram, visa a melhoria da chegada das informações até o público, a imagem 16, demonstra o alto número de seguidores e de engajamento de nossa página, através de estudos, agendamentos de post, personalização e stories, juntamente com a equipe WebTV.

Imagem 16: Estatística Página Instagram



Fonte: CPTEC

5. CONCLUSÃO

O conteúdo para as plataformas digitais, é um assunto que envolve estratégias com temas e foco social naquele tempo, deixando como base uma transmissão de informação de qualidade.

Entre os itens de maior importância, o primeiro sem dúvida é a forma como o público que contém diversas opiniões, podem esclarecer as dúvidas pelos meios sociais, dando um crescimento e a popularização de dados científicos. Outro que podemos citar seria a interação de objetivos e foco nas redes, com o intuito e metas a fim da mesclagem dos formatos em um único conjunto de dados.

Este projeto vem ocorrendo de forma linear, trazendo assim os resultados positivos nas análises, dando um caminho certo para tomadas de decisões. É evidente que a procura de melhorar é constante, juntamente com a formação e detalhes das pessoas que seguem nosso perfil dando uma perspectiva de possibilidades para novos passos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Marcos Inácio Severo de et al. **Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opinião digitais no engajamento.** Revista de Administração Contemporânea, v. 22, p. 115-137, 2018. Acesso em: 08 jun. 2021.

BURGESS, J; GREEN, J. **Youtube e a revolução digital.** São Paulo: ALEPH PUBLICAÇÕES E ASSESSORIA PEDAGÓGICA LTDA, 2009. Acesso em: 26 jun.2021.

CINTRA, Flavia Cristina. **Marketing Digital: a era da tecnologia on-line.** Investigação, v. 10, n. 1, 2010. Acesso em: 05 jul. 2021.

DE SOUZA, Bruno Brito Pereira. **Antecedentes e dimensões do engajamento dos usuários de redes sociais:** Um estudo com o facebook. 2012. Acesso em: 09 jul. 2021.

GERMANO, Idilva Maria Pires; NOGUEIRA, Maria Camila Gabriele Moura. **A difusão das redes sociais digitais e as novas expressões do eu.** 2017. Acesso em: 16 jul. 2021.

KIETZMANN, J. H. et al. **Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media.** Business horizons, Indiana, v. 54, n. 3, p. 241-251, May. /Jun. 2011. Acesso em: 16 jul. 2021.

LISBOA, A; FREIRE, G. Do instantâneo aos filtros: **A estratégia fotográfica do instagram.** Disponível em: <http://abciber.org.br/simposio2013/anais/>. Acesso em: 20 jul. 2021.

MORAES, Éder Junio; MOREIRA, Rossana Freitas. **Ferramenta para gestão de hemocentros com aplicativo para divulgação de doações de sangue no Facebook.** In: Congresso Latino-Americano de Gestão da Tecnologia. 2015. Acesso em: 20 jul.2021.

SAPUCCI, Luiz Fernando et al. **Aplicações dos valores do IWV provenientes das redes de receptores GPS para suporte à previsão numérica de tempo no Brasil.** Boletim da Sociedade Brasileira de Meteorologia, v. 32, p. 49-55, 2008. Acesso em: 27 jul. 2021.