

e-book

COMO USAR O MONITORAMENTO EM REDES SOCIAIS PARA ESTUDOS EM PROFUNDIDADE

TEMA EXEMPLO: AUTISMO



TORABIT
MONITORAMENTO DIGITAL

ESTUDOS EM PROFUNDIDADE

TEMA EXEMPLO: AUTISMO

Pesquisa de mercado, hábitos de consumo ou performance de uma marca são as formas mais utilizadas do monitoramento de rede sociais. Mas você sabia que é possível utilizar esse mecanismo de acompanhamento do que se fala na internet para criar pautas, produzir reportagens investigativas ou estudos acadêmicos mais aprofundados?

Para elaborar um monitoramento eficaz capaz de trazer insights ricos em informações, é necessário seguir ao menos quatro passos:

e-book

COMO USAR O MONITORAMENTO EM REDES SOCIAIS PARA ESTUDOS EM PROFUNDIDADE

e-book desenvolvido pela equipe Torabit
Acesse o site para conteúdos exclusivos.
www.torabit.com.br

TORABIT
MONITORAMENTO DIGITAL

MONITORAMENTO EM 4 PASSOS

1º PASSO:

DEFINIÇÃO DA TEMÁTICA E DO OBJETIVO

Para este e-book, foi selecionado o tema autismo. A ideia é entender o que falam sobre o autismo nas redes sociais. Cadastrou-se um monitoramento, e a captura de dados correu solta durante seis meses. Após esse período, iniciou-se a análise dos dados. Começava, então, a montagem de um dossiê sobre como o autismo é tratado nas redes sociais.

2º PASSO:

DEFINIÇÃO DE PALAVRAS-CHAVE E CANAIS

Depois de definir a temática, é necessário planejar os termos que serão utilizados para a coleta de informações. Ressalte-se que a definição das palavras-chave implicará resultados tanto quanto a seleção dos canais monitorados.

No caso do dossiê sobre o autismo, foram selecionados os seguintes termos: autismo, autista e Síndrome de Asperger. As redes escolhidas foram Facebook, Instagram, Twitter e YouTube, além de pesquisa em blogs e sites.

3º PASSO:

CLASSIFICAÇÃO DE DADOS

Feita e conferida a coleta, chega a hora de analisar os dados. Qual o sentimento dessa interação? Quantas postagens são positivas, neutras ou negativas? Como decidir o que é positivo ou negativo? Como classificar os dados?

No caso do nosso exemplo, a classificação foi feita em dois níveis: tipos e assuntos. Assim, conseguiu-se correlacionar as temáticas e cruzar os dados.



MONITORAMENTO EM 4 PASSOS

Foram definidos como tipos: dicas, campanhas , eventos, relatos, fake news, mídia, piadas, opiniões e dúvidas. Já os Assuntos foram definidos assim: animais, conscientização, cotidiano, diagnóstico, direitos, educação, inclusão, literatura, MMS (nome de um tratamento que se revelou falso), pesquisa científica, preconceito, produtos, séries/filmes, Síndrome de Asperger, tratamento, vacinação e xingamento.

4º PASSO:

KPIS (Key Performance Indicators - Indicadores-Chave de Desempenho)

Para produzir a análise, as seguintes métricas foram escolhidas:

- a) volume de interações por período,
- b) sentimento das interações,
- c) assuntos da interação,
- d) público - gênero e mapa de calor do Brasil,
- e) termos mais citados,
- f) influenciadores sobre a temática.



QUAIS INSIGHTS PODE-SE OBTER COM ESSES RESULTADOS?

A MAIOR PARTE DAS MENÇÕES SOBRE AUTISMO É POSITIVA NAS REDES

Levantamento mostrou que mais de 65% dos comentários de janeiro a junho foram positivos

Período: 1o de janeiro a 30 de junho de 2019

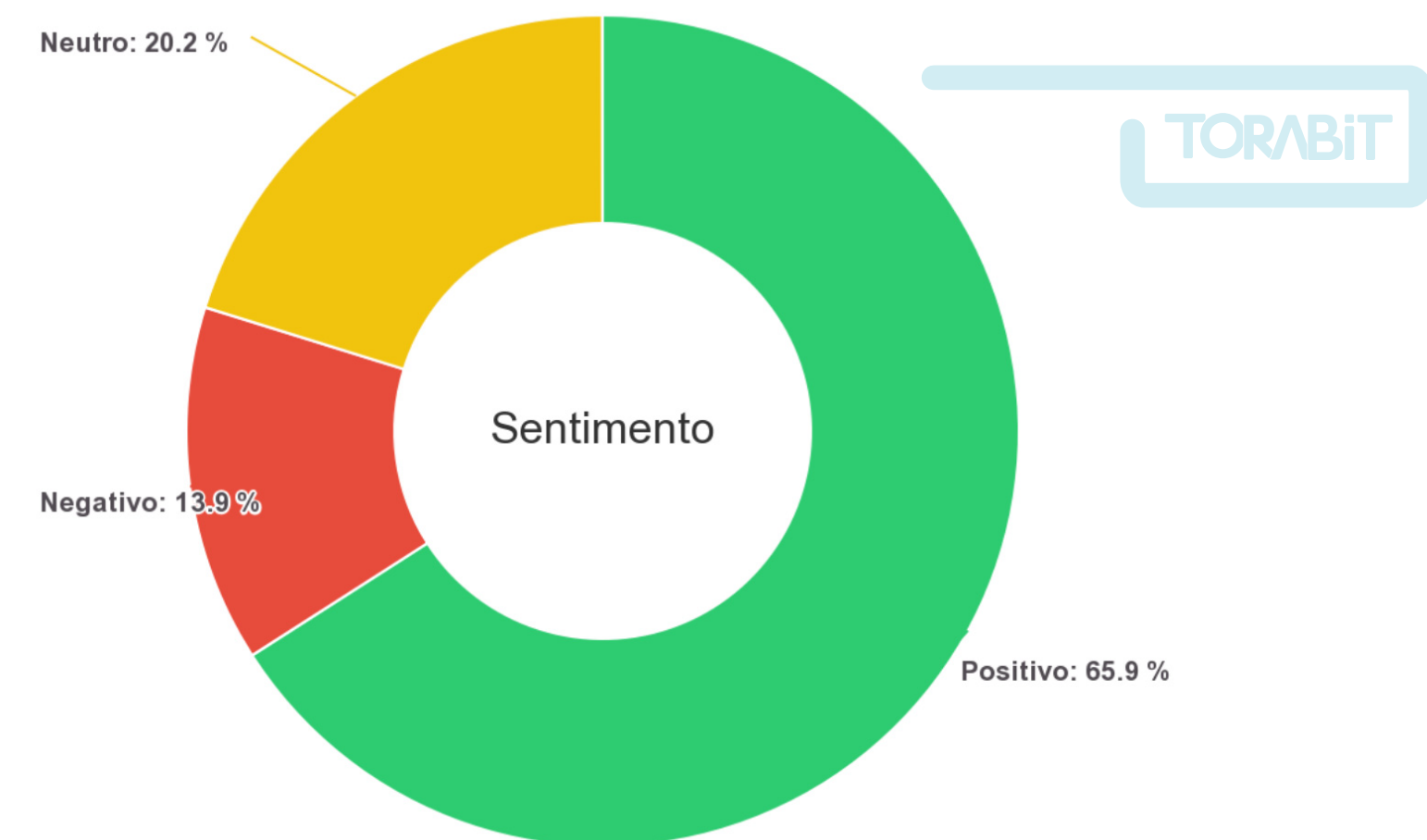
Total de menções capturadas: 239.158

Análise feita por amostragem aleatória simples, com margem de erro de 2,7 pontos percentuais para mais ou para menos.

Apesar do preconceito e da falta de inclusão que os autistas ainda têm de enfrentar na sociedade, a conscientização sobre o tema tem crescido nas redes sociais, conforme pode-se verificar na amostra das quase 240 mil menções capturadas no período.

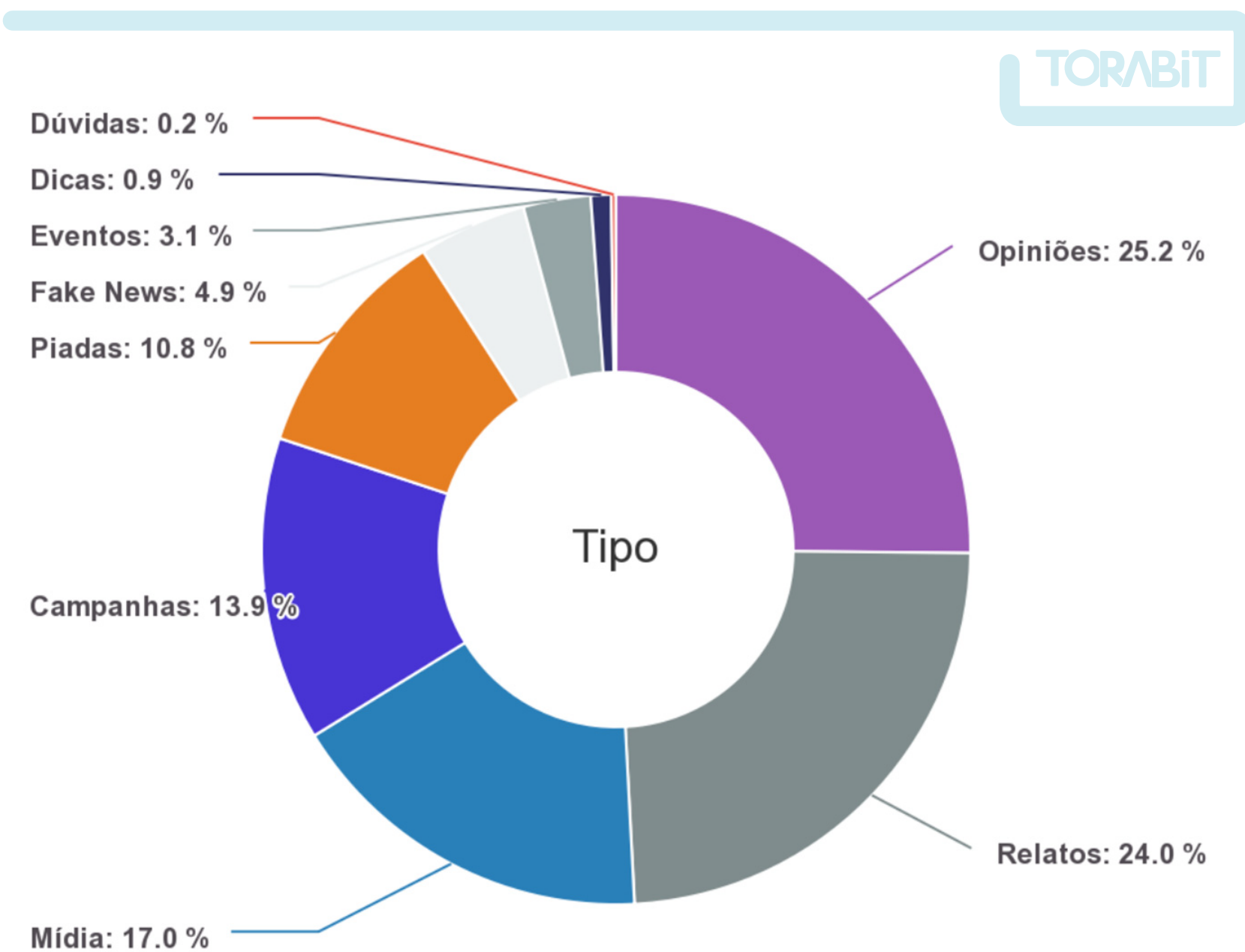
Mais de 65% dos comentários foram considerados positivos, principalmente com mensagens de conscientização sobre o autismo, informações relevantes e esclarecedoras ou de combate ao preconceito. Ou seja, a maior parte das pessoas se revela respeitosa ao abordar o transtorno.

As menções negativas somaram quase 14% do total, em boa parte reproduzindo preconceitos ou utilizando os termos autista ou autismo como insulto. Os comentários neutros (como informações de agenda ou notícias) somaram pouco mais de 20% do total.



POR TIPO

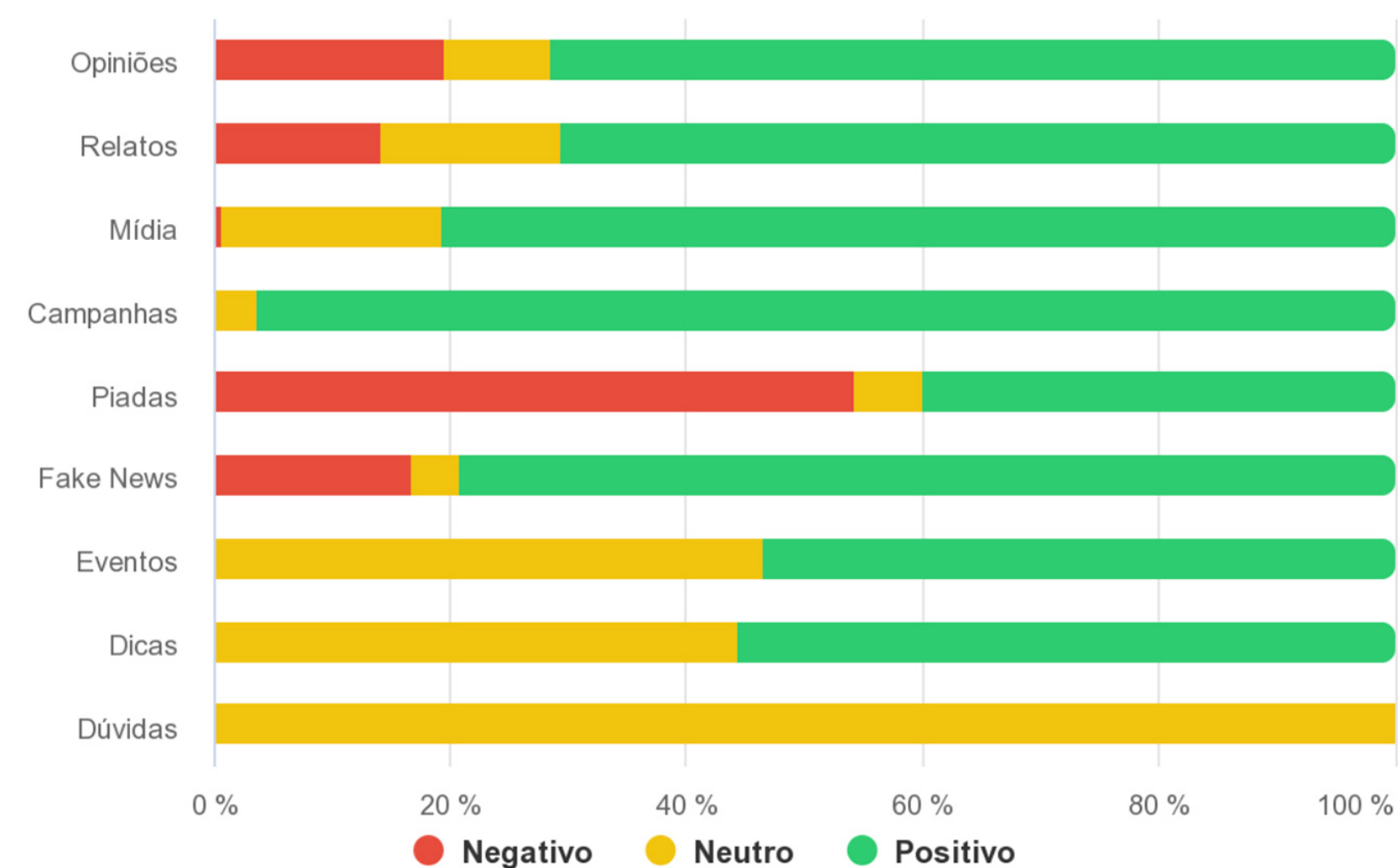
Em relação aos tipos, a maior parte das menções foi de opiniões, que somou mais de 25% do total de comentários, seguida pelos relatos, quando uma pessoa conta uma situação que viveu ou presenciou, com 24%. Na sequência aparecem o tipo "mídia", que diz respeito a notícias e reportagens sobre o tema, campanhas e piadas, com 17%, 13,9% e 10,8%, respectivamente.



SENTIMENTO POR TIPO

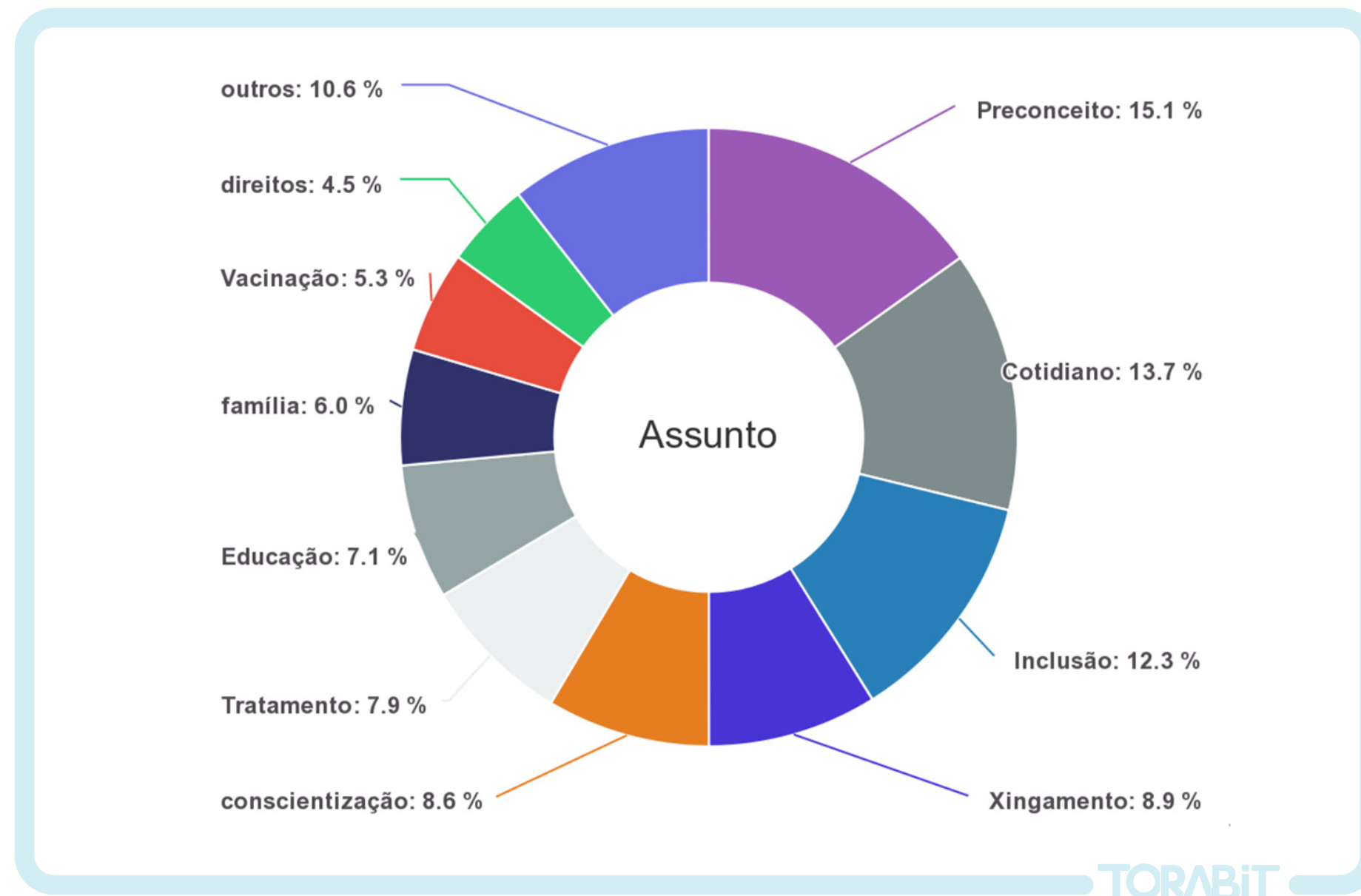
As menções negativas se concentraram em muito maior proporção nas piadas, nas opiniões, nos relatos e nas fake news, geralmente reproduzindo preconceitos ou usando termo como autista ou autismo de maneira pejorativa.

Além disso, nas citações sobre fake news, ou registro de notícias falsas, apareceram muitas mensagens sobre um "tratamento" de cura para o autismo, chamado de MMS, que chegou a ser alvo de reportagem no Fantástico. Apareceram também relações entre vacinação e autismo -ligando imunização de doenças ao desenvolvimento do transtorno. Apesar de parte das pessoas ainda acreditar nessas informações, a maior parte dos comentários procura desmentir essas notícias falsas, o que explica grande parte de comentários positivos no item Fake News.



DIVISÃO POR ASSUNTO

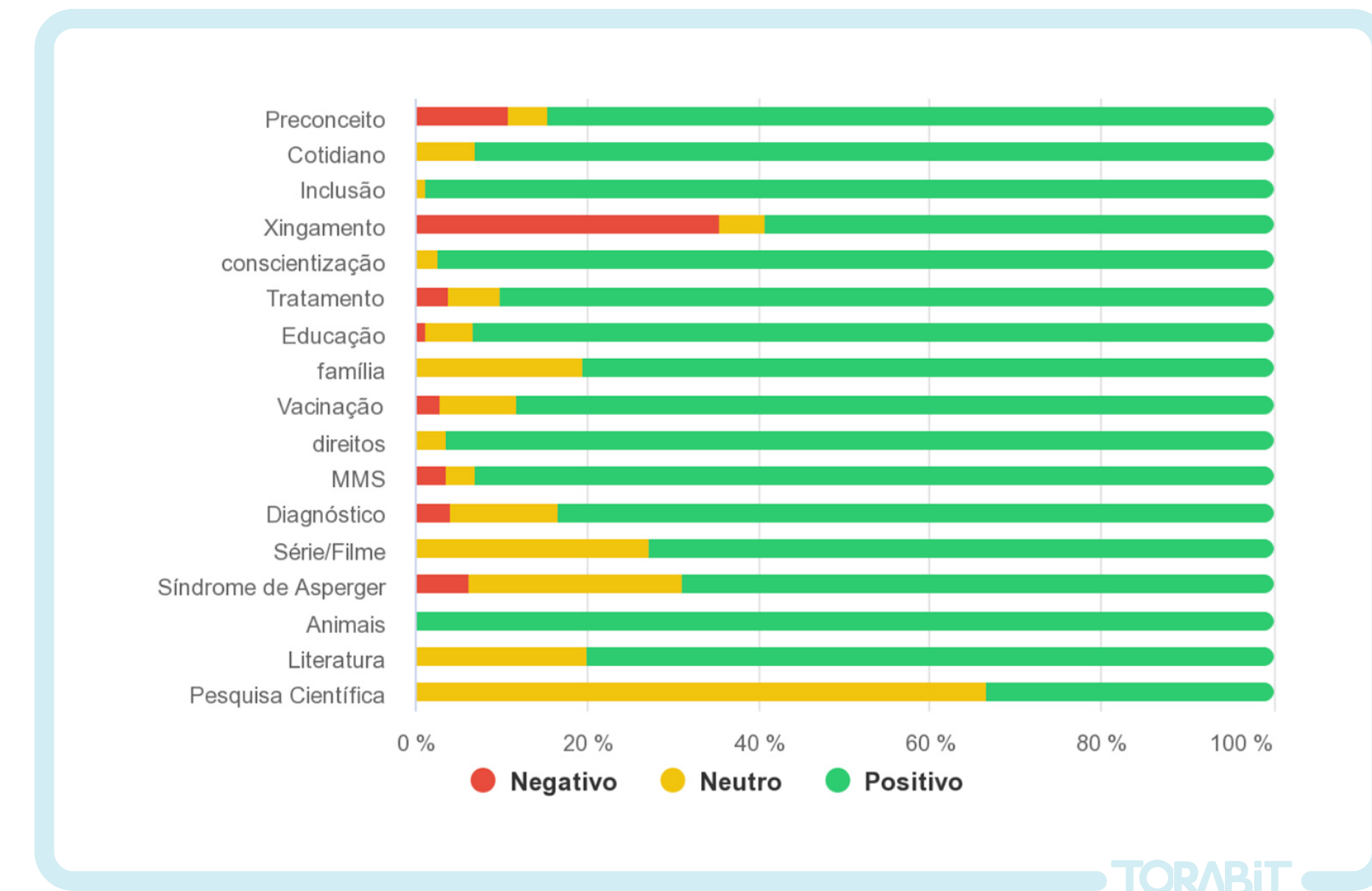
Entre os assuntos mais citados no monitoramento sobre o autismo, destacam-se o preconceito, com 15,1%. Em seguida aparecem os comentários sobre o cotidiano de pessoas com autismo, com 13,7% e, bem próximas, as menções sobre inclusão, com 12,3%. Também apareceram com frequência a utilização de termos relacionados ao autismo como xingamento (8,9%), mensagens sobre conscientização (8,6%), tratamento (7,9%), educação (7,1%) e posts de familiares de autistas (6%).



SENTIMENTO POR ASSUNTO

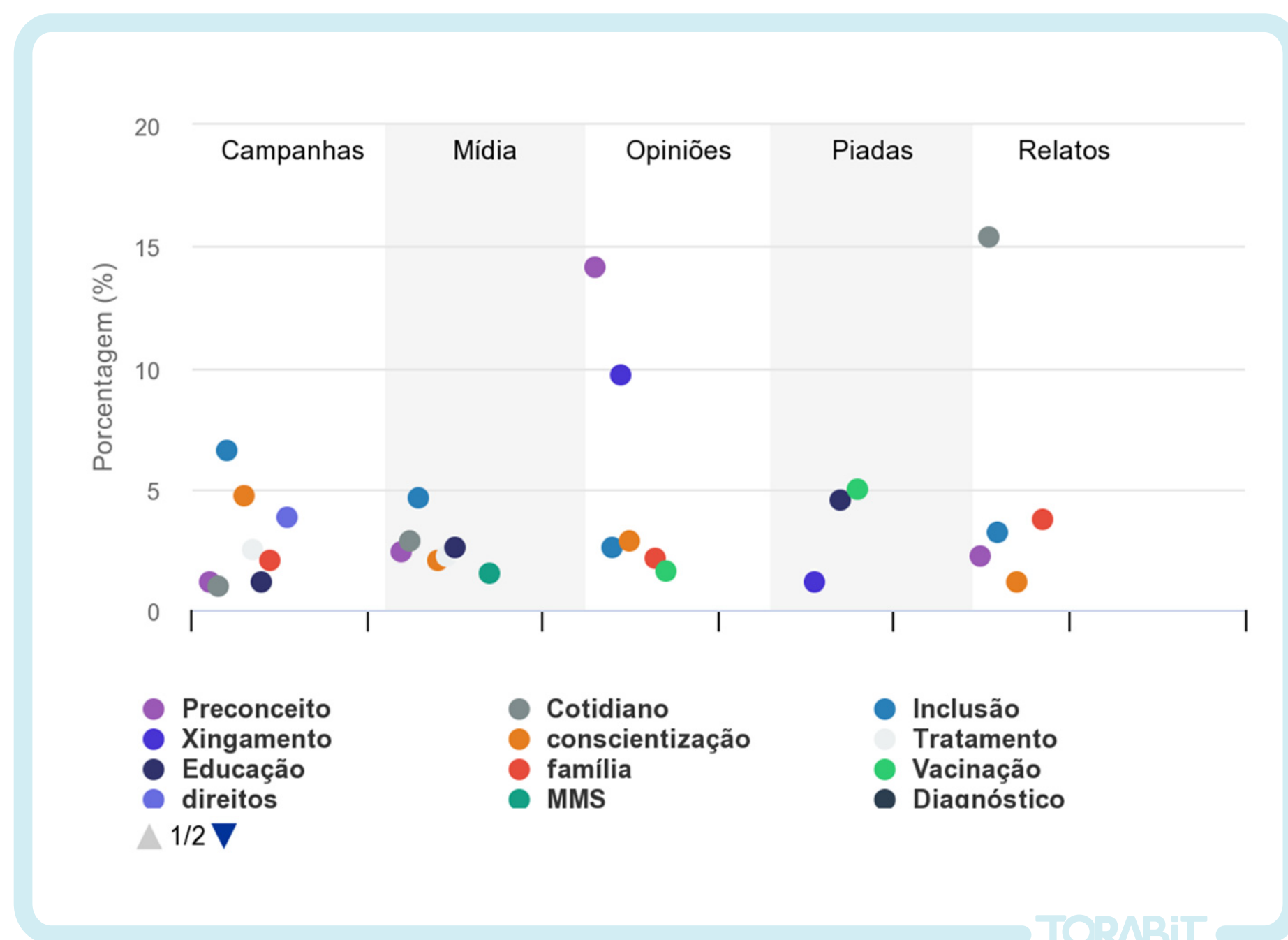
Como já dito anteriormente, a análise de sentimento por assunto mostra um grande predomínio das menções positivas, o que evidencia conscientização das pessoas sobre o tema nas redes.

"Xingamento" se refere a pessoas que usam termo autista como insulto. Ele aparece como o principal assunto com menções negativas. As menções positivas, neste caso específico, foram de posts em que as pessoas criticam quem usa esses termos como insulto.



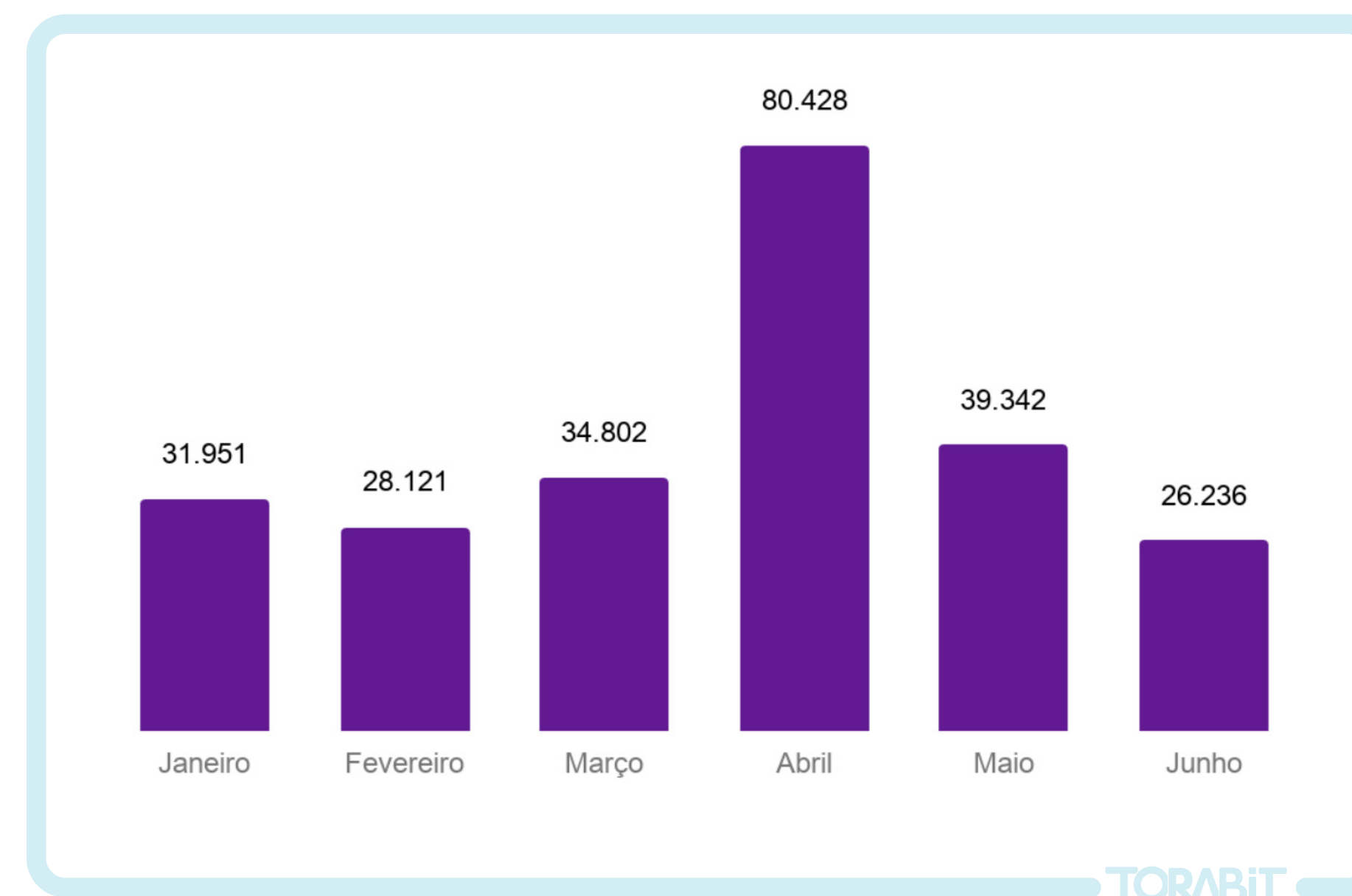
TIPOS X ASSUNTOS

O cruzamento entre os tipos (mídia, campanhas, relatos...) e assuntos (preconceito, inclusão...) mostra que, enquanto a maior parte das opiniões abordava a questão do preconceito, os relatos captaram menções acerca do cotidiano de pessoas com autismo. As notícias e as reportagens, classificadas como de tipo "mídia", falavam mais sobre inclusão. As campanhas focaram no tema inclusão. As piadas trataram mais das fake news sobre vacinação.



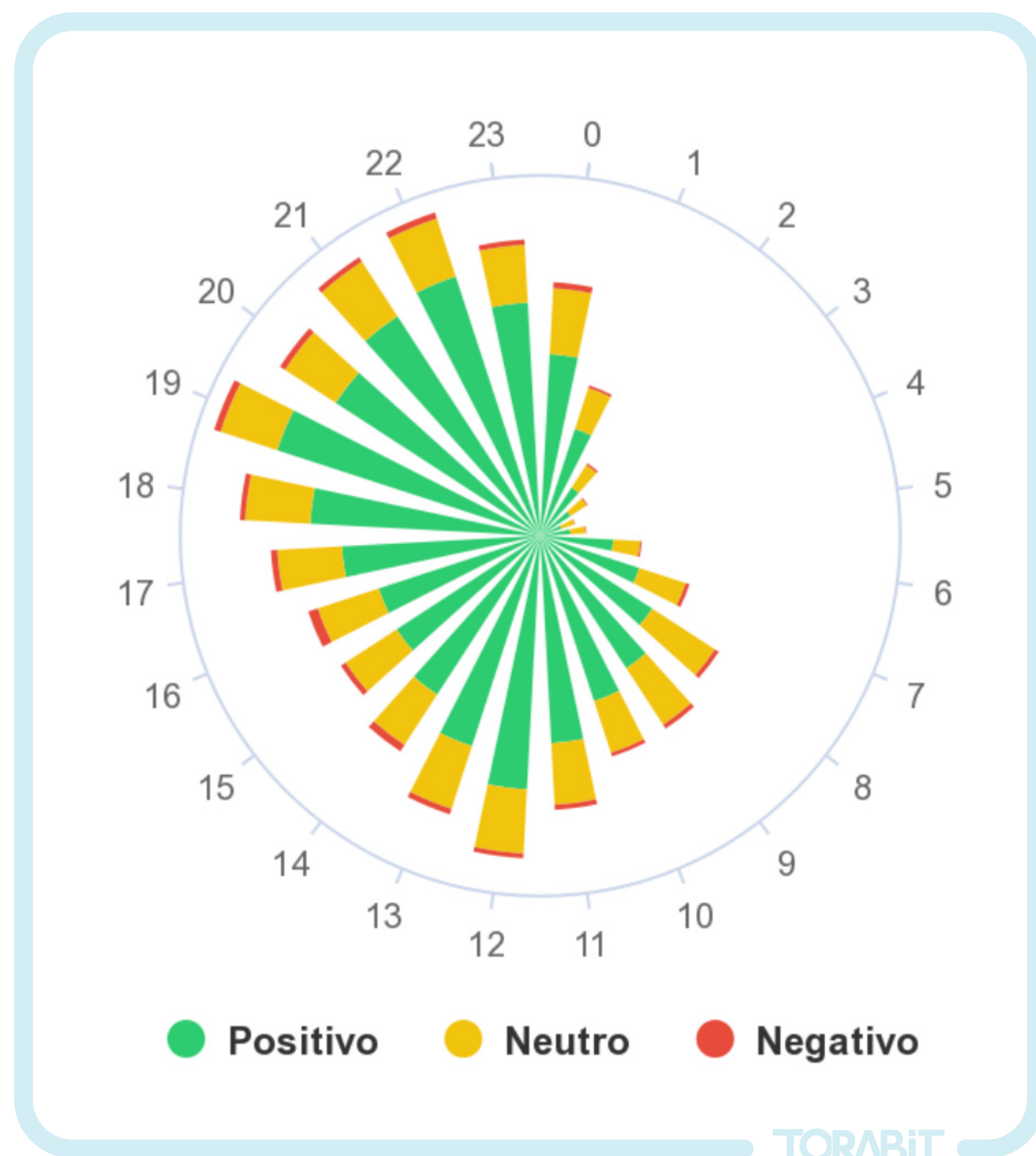
MENÇÕES POR MÊS

Na variação de menções por mês, o pico ocorreu em abril, com mais de 80 mil comentários. Isso porque no dia 2 de abril é celebrado o Dia Mundial da Conscientização do Autismo, o que incentivou postagens sobre o tema.



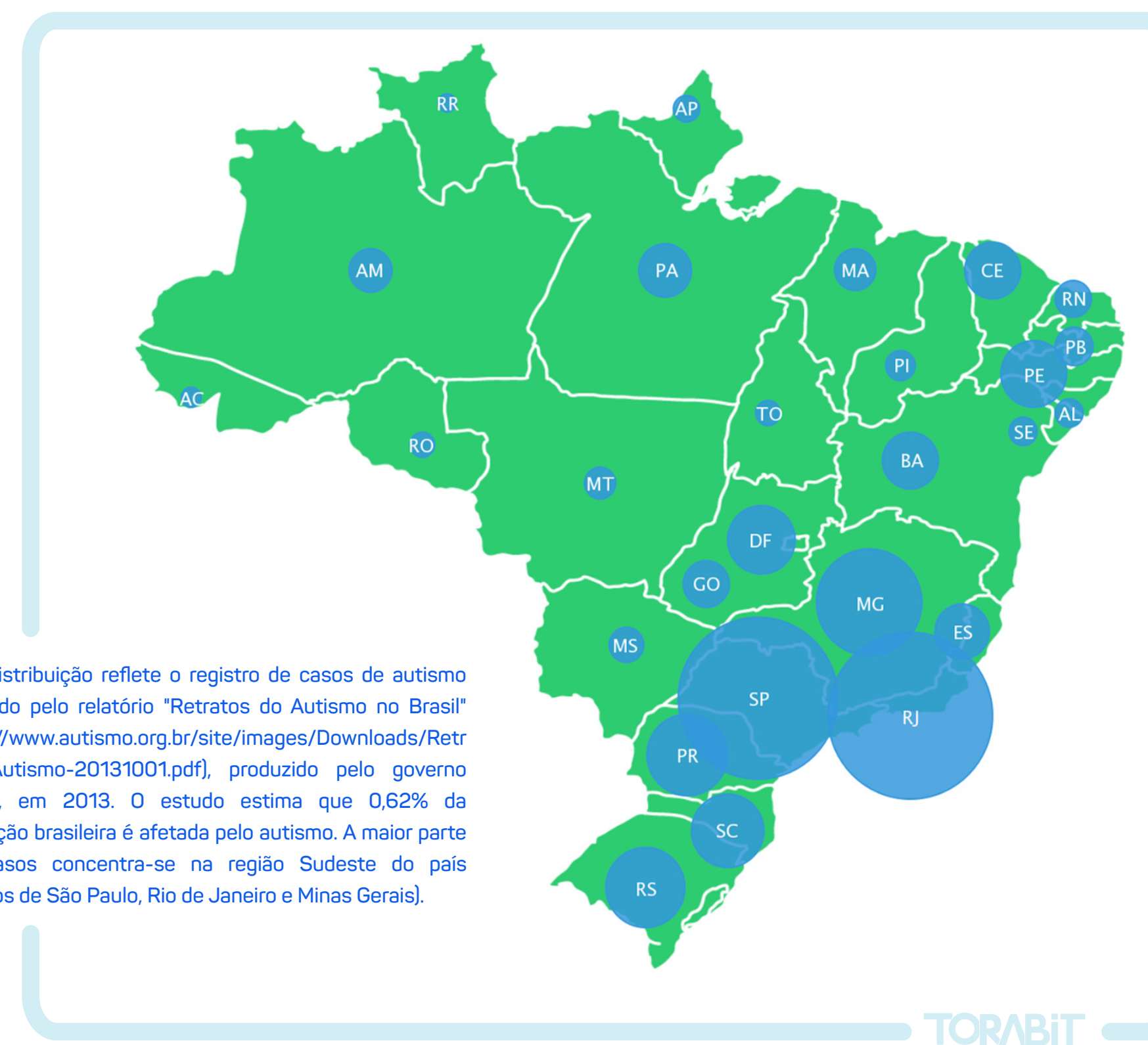
MENÇÕES POR HORA

Na análise por hora, as menções apresentam um primeiro pico por volta do horário do almoço, às 12h, caindo um pouco no período da tarde e voltando a crescer à noite, a partir das 19h, e segurando-se até as 22h, em padrão comum de comportamento nas redes.



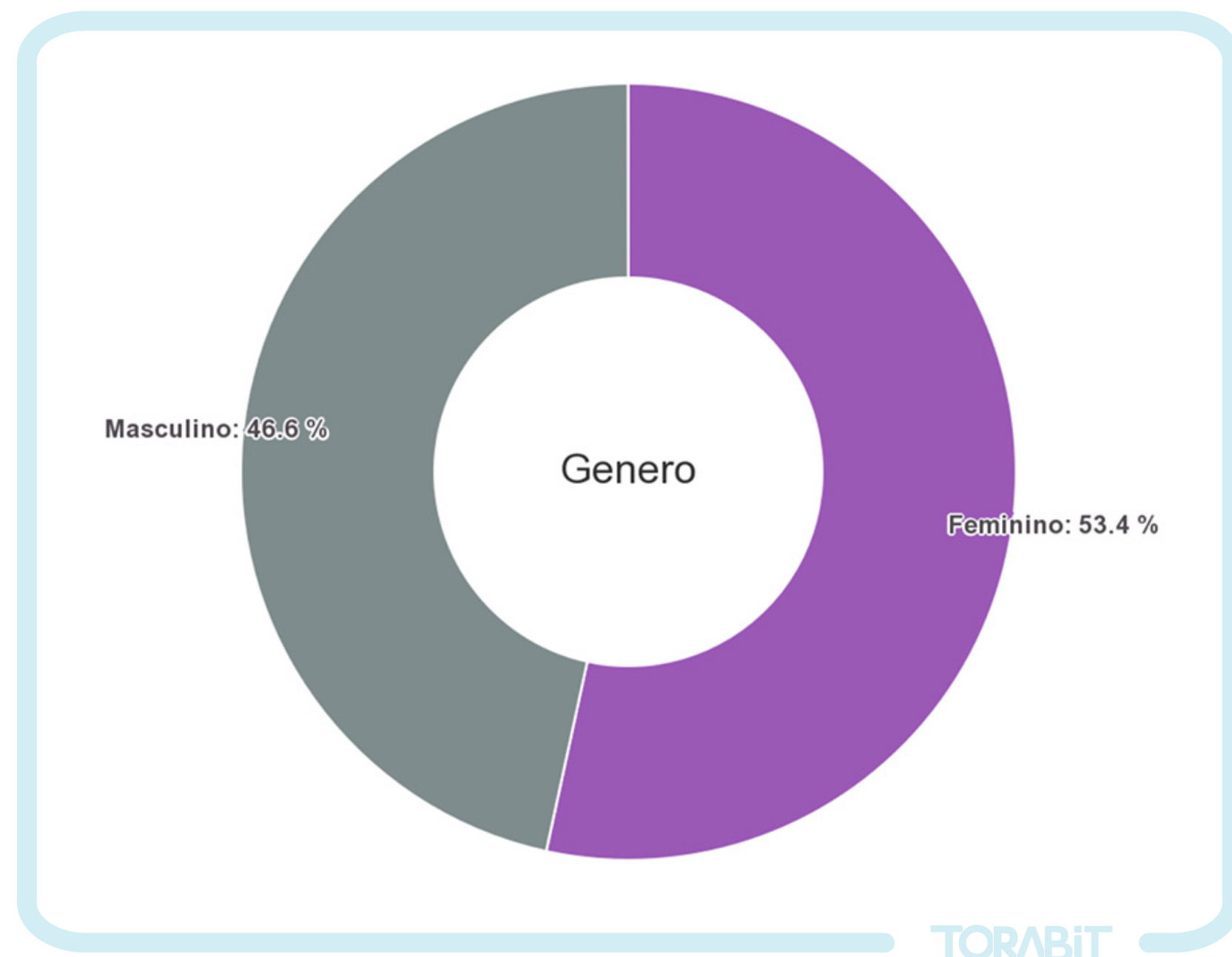
MENÇÕES POR UF

As menções concentraram-se principalmente no Sudeste. O Rio de Janeiro ficou na frente, com 22,5% das menções, seguido por São Paulo, com 20,9% e Minas Gerais, com 9,9%. Na sequência, aparecem os estados da região Sul, com Santa Catarina (6%), Rio Grande do Sul (5,2%) e Paraná (4,8%).



POR GÊNERO

As mulheres falaram mais sobre autismo nas redes, com 53,4% das menções. Os homens somaram 46,6% das menções.









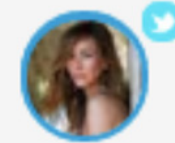























NUVEM DE TERMOS

O tamanho do termo na nuvem reflete a frequência em que ele apareceu no monitoramento.



PRINCIPAIS INFLUENCIADORES - ALCANCE

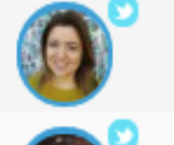
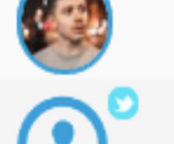
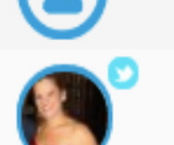
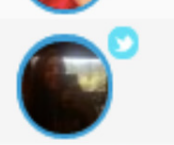
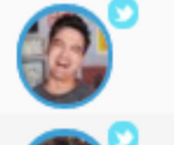
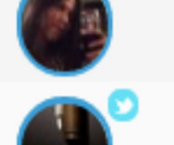

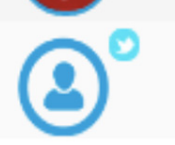


Entre os perfis com o maior número de seguidores, destaca-se o do apresentador Marcos Mion, pai de um menino autista, que realizou 11 postagens sobre o tema no período. Além dele, também aparecem entre os dez principais influenciadores Sabrina Sato e Felipe Neto, com uma e quatro postagens, respectivamente.

		Seguidores	#Posts	
1	 Marcos Mion @Marcosmion	13269237	11	 
2	 Globo @RedeGlobo	11832341	1	 
3	 Sabrina Sato Rahal @SabrinaSato	11033681	1	 
4	 G1 @G1	10367296	26	 
5	 Fantástico @Showdauida	9981954	3	 
6	 Felipe Neto @Felipeneto	9226171	4	 
7	 VEJA @VEJA	8241206	4	 
8	 Folha De S.Paulo @Folha	6755746	3	 
9	 Netflix Brasil @NetflixBrasil	6574447	1	 
10	 Estadão @Estadao	6390804	9	 

MAIORES INFLUENCIADORES - INTERAÇÕES

A Jornalista Andréa Werner, mãe de um autista e ativista pela inclusão das PCD (Pessoas com Deficiência), aparece com o perfil que mais conseguiu interações na rede no período analisado. Foram nada menos que 243 posts sobre autismo nos 6 primeiros meses de 2019.

Além dela, também apareceram entre os influenciadores com mais interações o Youtuber Felipe Neto, a página Quebrando o Tabu e o perfil do Flamengo, que fez duas postagens no Dia Internacional de Conscientização do Autismo.

		Seguidores	Interações
1	 Andréa Werner @Andreawerner_	6326	10234
2	 Lucas Paiva @Lwithp	263888	8606
3	 E.L.L.E.N. Ψ - / ♡ F.P.E. @Twentylokiz	4310	6976
4	 Leilmar Cardozo Maia @Leilmarmaia	69	6804
5	 Tu Que É A Pétri @Petryzinea	523	5920
6	 Felipe Neto @Felipeneto	9226171	5382
7	 Sonifera Ilha @Letgoms	1061	5089
8	 Quebrando O Tabu @QuebrandoTabu	809635	3464
9	 Flamengo @Flamengo	5788001	3367
10	 Daniel @Minseokwo	1699	3025

www.torabit.com.br

TORABIT
MONITORAMENTO DIGITAL