

QUERYSOCIAL: FERRAMENTA PARA VISUALIZAÇÃO GRÁFICA DA REAÇÃO DOS USUÁRIOS NO FACEBOOK

Lucas Coutinho de Souza Oliveira – Ifes Campus Serra – lucascsc.oliveira@gmail.com
Karin Satie Komati – Ifes Campus Serra – kkomati@ifes.edu.br

Informática / Sistemas de Informação

As empresas estão cada vez mais utilizando as redes sociais, que vêm se tornando uma poderosa ferramenta de marketing, e faz-se necessário monitorar as métricas das reações dos usuários nestas redes sociais. A análise das métricas e o monitoramento das ações de marketing são fundamentais por vários motivos, seja no retorno esperado a partir dos gastos realizados pelo departamento de marketing e na própria justificativa de existência deste departamento, seja na análise mais minuciosa dos dados a partir dos quais estratégias são lançadas pela empresa. A quantificação da interação dos usuários é uma maneira de mensurar as ações deles diante das atitudes da empresa em uma mídia. Assim, o engajamento (*storyteller*) pode ser usado como indicador de desempenho do marketing corporativo, uma vez que mede a proporção de interações por publicações por total de usuários, e a quantidade de pessoas falando auxilia na percepção da quantidade de pessoas distintas que interagem com as publicações presentes nas mídias sociais. A rede social escolhida neste trabalho é o Facebook, dado a evolução de sua quantidade de usuários em relação às outras redes sociais. Embora o Facebook disponibilize o produto *Analytics for apps*, no qual o administrador de uma determinada página pode visualizar informações para entender melhor a interação com os usuários, estas informações não são públicas, tornando o produto pouco acessível e limitado. As únicas informações públicas das páginas aos usuários do Facebook são a quantidade de *likes* e *storytellers*, apenas no período de no máximo duas semanas anteriormente a data de busca da publicação. Assim, este trabalho propõe um sistema de consulta web, de nome QuerySocial, para auxiliar o processo de verificação do impacto de uma determinada notícia e/ou ação de marketing, nas páginas do Facebook através do número de *storytellers* num dado período de tempo. O resultado gráfico facilita a análise da variação de dados sobre um determinado período de tempo. Para o desenvolvimento do QuerySocial foi utilizada a linguagem Java, a SDK RestFB, e as tecnologias: JavaServer Faces, HTML, CSS, JavaScript, Spring MVC Web e a biblioteca para gráficos Highcharts. O estudo de caso sobre o resultado do Ifes no ENEM mostrou que as mudanças no gráfico das reações dos usuários são bem distinguíveis, e que uma notícia possui um impacto que diminui com o tempo. Mostrando assim que a ferramenta foi eficiente em gerar a visualização dos dados referentes a *storytellers*.

Palavras-chave: Facebook, Análise em redes sociais, Storytellers.