



IMPACTO DO FACEBOOK NO CENÁRIO TEATRAL DE GOIÂNIA

JOÃO VICTOR MARIANO BARBOSA INÁCIO LAURIANO; CÉSAR VIANA
TEIXEIRA
joao.barbosa21@yahoo.com.br

Objetivo: O presente estudo objetivou pesquisar de que forma as novas mídias e tecnologias digitais influenciam no cenário teatral de Goiânia. Com ênfase na forma como a utilização do Facebook modifica a maneira de divulgação dos espetáculos teatrais na cidade, bem como a visibilidade do teatro no cenário.

Método: Para atingir o objetivo da pesquisa, que é identificar de forma quantitativa a participação do público do teatro no Facebook do Grupo de Teatro Guará, foi utilizado a metodologia de Análise de Conteúdo (AC). Em resumo, AC é um método de análise de texto desenvolvido por meio das ciências sociais empíricas, e embora a maioria se referira a descrições numéricas de do corpus analisado, atualmente é possível perceber uma valorização das características relacionadas a qualidade e distinção do que é analisado. Foi realizado um monitoramento no Facebook do dia 1º de Fevereiro de 2015 até dia 25 de junho, a fim de identificar as características do conteúdo publicado e verificar se o mesmo se adequa ao perfil dos usuários que seguem a página.

Resultados: Pudemos perceber, por meio do alcance total de pessoas que tiveram contato com as informações da página e pela análise de conteúdo realizada nas publicações da página, que conteúdos originais produzidos pela própria página do Grupo de Teatro Guará PUC Goiás no Facebook possuem um rendimento muito maior do que publicações que consistem na simples replicação de conteúdos de terceiros. Sendo assim, é possível supor que o público que acompanha a página valorizou mais o trabalho em que foi possível identificar um direcionamento e personalização focados à eles, resultando num alcance mais elevado de pessoas.

Conclusão: Ao final das análises foi possível concluir que a participação do público do Grupo de Teatro Guará na rede social Facebook percebida na realização desta pesquisa foi insatisfatória. O baixo nível de direcionamento das publicações, ou seja, a não personalização das publicações ao público característico que está nas redes sociais, fez com que o interesse em replicar as informações publicadas ou interagir com a página do Grupo de Teatro Guará no Facebook fosse muito baixo.

Palavras-chave: Teatro. Comunicação Social. Redes Sociais