

TEC - CÂMARA DE ARQUITETURA E ENGENHARIAS (PÔSTER)

NOME: THIAGO JOSÉ LIMA MACÊDO

TÍTULO: ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA A D. INCUBADORA EM VIRTUDE DA REDUÇÃO DO ALCANCE ORGÂNICO DE PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS.

AUTORES: SAMANTHA CIDALEY DE OLIVEIRA MOREIRA, THIAGO JOSÉ LIMA MACÊDO, THIAGO JOSÉ LIMA MACÊDO, GABRIELA REIS CHAVES MARTINS

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): FAPEMIG

PALAVRA CHAVE: Incubadora, Comunicação, Redes sociais, Empreendedorismo

RESUMO

Constituída como programa do Centro Design Empresa, a D. Incubadora de Empresas e Negócios de Design tem como missão oferecer orientação, apoio e infraestrutura básica aos graduados em design pela Escola de Design da UEMG. Incentivando ideias de negócios criativos a D.Incubadora vem se despoitando como experiência bem sucedida em Minas Gerais. Para tanto, é necessário ações intensivas de sensibilização, prospecção, capacitação, gestão e comunicação, incentivando o empreendedorismo junto ao seu público de interesse. Baseado no diagnóstico de necessidades das empresas incubadas, em consonância com o planejamento estratégico, tem-se como meios de contato com a D.Incubadora um blog para de registro de matérias sobre as empresas apoiadas; um perfil social e uma Fanpage no Facebook, para publicação de conteúdos sobre empreendedorismo, e uma conta no Twitter. Passados dois anos das primeiras diretrizes, verifica-se alteração na dinâmica das redes sociais dificultando as ações de comunicação. Nesse sentido, esta pesquisa tem como objetivo propor estratégias de comunicação para o contexto atual das redes sociais. Metodologicamente, foi realizada pesquisa na internet para compreender as mudanças na organização das redes de compartilhamento e alcance viral, traçando paralelo às necessidades de comunicação verificadas pela equipe da D.Incubadora, através de pesquisa de campo e documental. Sobre os resultados parciais, verifica-se que o Blog e o Facebook, são os principais meios de comunicação da D. Incubadora. Sobre as estratégias: é preciso intensificar a frequência e aprimorar o conteúdo e a forma das publicações; mapear novos grupos e formar novas redes; e garantir a efetividade dos registros. Executadas as estratégias espera-se a ampliação de interessados no programa de incubação da D.Incubadora, e o aumento no número de participantes no Centro Design Empresa, fortalecendo empreendedorismo inovador no contexto da UEMG.