

COMPORTAMENTO DE USUÁRIOS EM UMA REDE SOCIAL

1. Título do trabalho

Comportamento de usuários em uma rede social — análise de engajamento por formato e horário

2. Pergunta de pesquisa

Pergunta escolhida: Quais tipos de post (vídeo/imagem/texto) geram mais engajamento?

3. Objetivo

“Investigar quais formatos de post e quais horários geram maior número médio de curtidas, comentários e compartilhamentos.”

4. Método

Tipo: Híbrido

Fontes:

Período/coleta: 30 posts mais recentes ou 2 semanas de coleta / 50 respostas ao survey

Ferramentas: Excel / Google Forms / Python

5. Amostra

Número de posts analisados: 30

Número de respondentes (survey): 50

Critério de seleção: Posts públicos da conta X / usuários convidados pelo grupo

6. Instrumentos

Com que frequência você usa [rede]?

(Diário / Várias vezes ao dia / Algumas vezes/semana / Raramente)

Quanto tempo costuma gastar por sessão?

(<5 / 5–15 / 15–30 / >30)

Tipo de conteúdo preferido?

(Vídeo / Imagem / Texto / Stories / Lives)

Você costuma interagir mais com:

(Curtir / Comentar / Compartilhar / Não interajo)

O que te leva a compartilhar um post?

(resposta curta)

Horário que mais acessa?

(Manhã / Tarde / Noite)

Autorizo uso anônimo das respostas:

(Sim/Não)

7. Análise realizada

Cálculo da média de curtidas/comentários/compartilhamentos por formato;

Comparação por horário (manhã/tarde/noite) usando médias;

Gráficos de barras (engajamento médio por formato) e comentários dos respondentes (análise qualitativa curta).

8. Ética e privacidade

Informamos que as respostas do survey foram usadas de forma anônima e apenas para fins educacionais, com consentimento dos participantes.

Obrigado!