

DADOS NA COMUNICAÇÃO

COMO USAR INSIGHTS PARA MELHORAR A COMUNICAÇÃO PÚBLICA



**Amo
Dados**

Insights para Negócios



COMO FUI DO JORNALISMO AO MUNDO DOS DADOS





O JORNALISMO NÃO MORREU

Você só precisa saber usar as ferramentas certas e analisar dados



ANTES DOS DADOS,

VAMOS FALAR DE CONTEÚDO



As marcas estão cada vez mais no mundo digital, utilizando o marketing de conteúdo para atrair, envolver e converter clientes.

Mesmo com o avanço da IA e o uso de Dados na Comunicação, o Jornalismo e o Marketing continuarão a fazer parte desse processo.





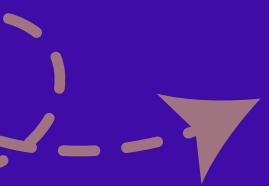
Crie conteúdo que resolva problemas

Conte histórias

Entre na mente do seu público para entender quais seus desejos, dores e ambições

Conteúdo orgânico ainda é a maneira mais acessível para atrair seu público sem precisar recorrer aos anúncios

Leve as pessoas para o seu site.





- Você vai precisar pesquisar o comportamento do seu público
- Construa personas para suas redes sociais (os detalhes vão ajudar a ter mais insights)
- Estruture Pilares de Conteúdo
- Escolha os canais para distribuição
- Crie uma jornada para levar seu público a consumir seus conteúdos em diversas plataformas





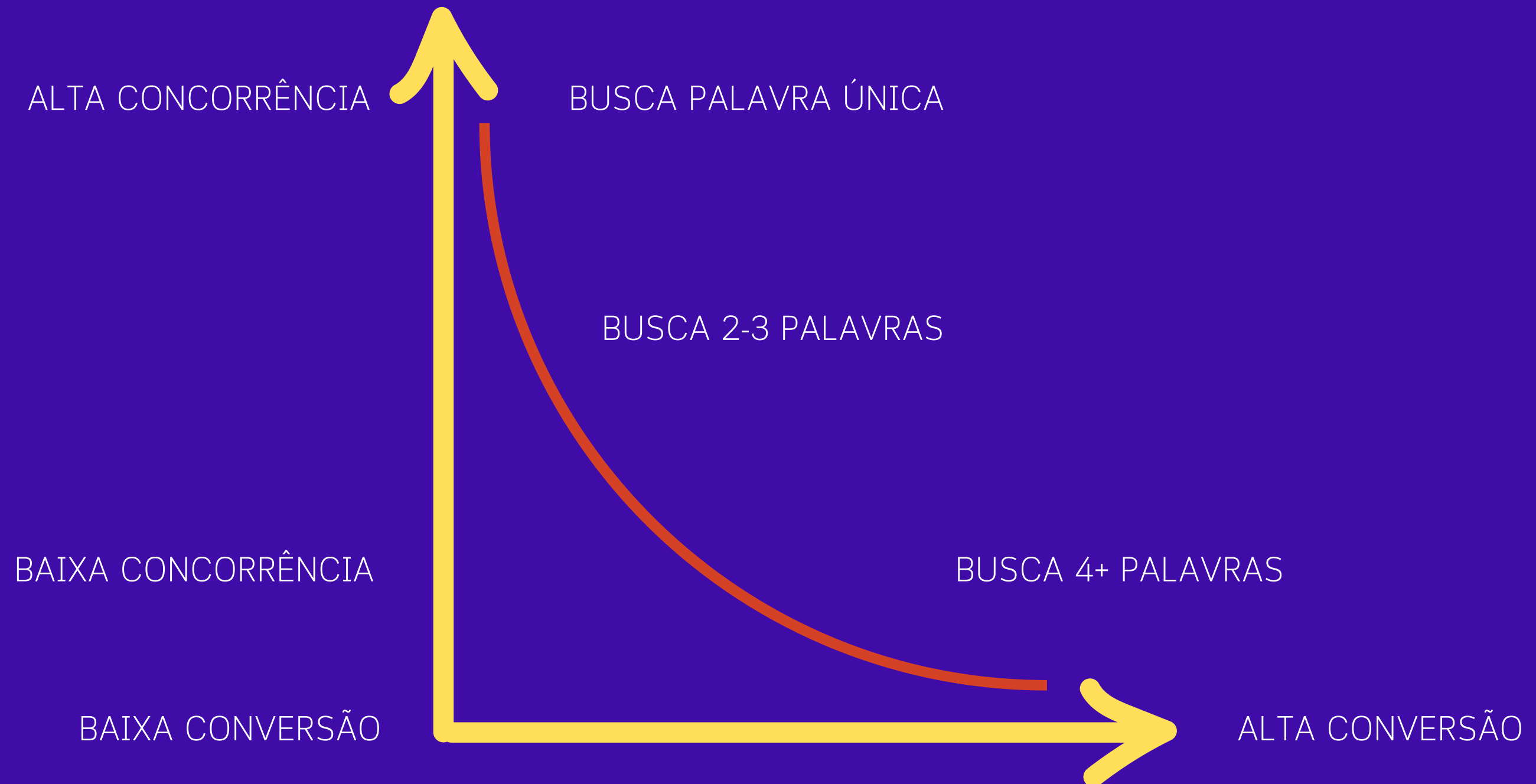
O SEO vai ser seu melhor amigo

Invista na busca por Palavras-Chave. Elas podem lhe dar informações valiosas sobre o que seu público-alvo vem pesquisando e vão te auxiliar a criar conteúdos mais assertivos.

Selecione palavras-chave adequadas à sua estratégia, que tenham relevância, autoridade e volume de buscas.



PALAVRA CHAVE LONG-TAIL





ONDE ENTRA A ANÁLISE DE DADOS?



AQUI



CONCEITUANDO

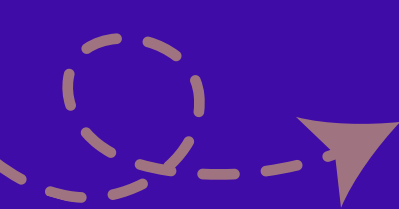
A Análise de Dados é uma das vertentes da Ciência de Dados e consiste em extrair, tratar e interpretar um conjunto de dados brutos para obter insights que facilitem a tomada de decisão.



CICLO DA ANÁLISE DE DADOS



TIPO DE DADO	RECURSO UTILIZADO	INSIGHT
ESTRUTURADO	Planilhas e banco de dados	Análise de vendas por região, previsão de demanda com base em histórico de vendas, monitoramento de desempenho
NÃO ESTRUTURADO	e-mails, documentos, áudios, vídeos, etc	Análise de sentimento em redes sociais, tendências de feedbacks de clientes, extração de informações em documentos para geração de conteúdo



WEB ANALYTICS – ANALISE OS DADOS DO SEU SITE

Observe informações sobre o tráfego e atividades dos visitantes de seu site.

- Quando entram, quais páginas visitam?
- Em que páginas passam mais tempo?
- Que ações estão realizando? Em que página saem do seu site?

A melhor ferramenta para essa análise será o Google Analytics. Instale o Google Search Console para identificar quais palavras-chave seus visitantes usam para chegar ao seu site.

Importante: observem a taxa de rejeição do site. Ela não deve ser superior a 40%. A alta rejeição do site faz ele cair na lista de resultados e reduz seu posicionamento SEO e diminui seu tráfego.



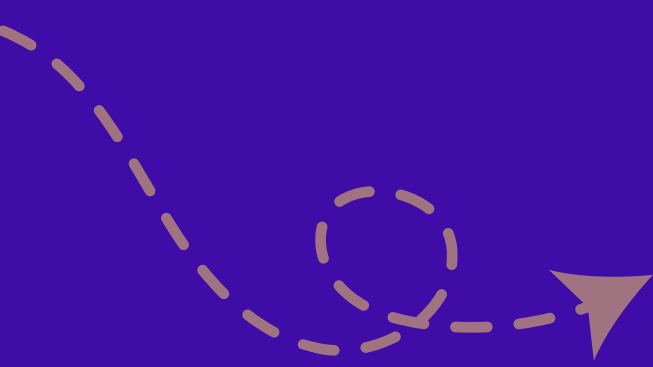
O SEO É SEU AMIGO, ENTÃO LEMBRE-SE




Certifique-se que cada página do site tenha:

- Metatítulo ou Title tags
- Metadescrição
- Etiquetas H1 e H2 (Subtítulos) que contenham as palavras-chave que você indicou ao Google
- Imagem com etiqueta ALT e palavras chave (ou Texto alternativo)

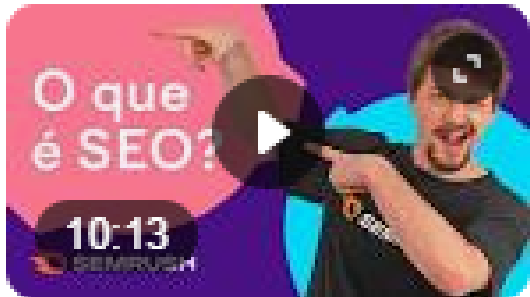




 **Rock Content**
<https://rockcontent.com> > Home > Recentes


O que é SEO: como fazer para alcançar o topo do Google ...


16 de abr. de 2020 — **SEO** (Search Engine Optimization) é o conjunto de estratégias de otimização para mecanismos de busca. O objetivo é alcançar bom posicionamento ...






O que é SEO e seus principais pilares? Em 10 minutos! 🔥

YouTube · Semrush Brasil
13 de jan. de 2022

 **8 momentos importantes neste video**

 **Semrush Brasil**
21,5 mil inscritos [Inscrever-se](#)

1,4 mil   [Compartilhar](#) [Download](#) [Clipe](#) 

23.903 visualizações · 13 de jan. de 2022 [#semrush](#) [#socialmediamarketing](#) [#marketingdigital](#)
Coloque suas estratégias em prática com as ferramentas da Semrush: <https://bit.ly/4em7wj7>

Se você está desenvolvendo uma estratégia de Marketing Digital, o SEO será seu aliado nesta jornada. Mas o que significa esta sigla tão importante e tão comentado quando se fala em gerar tráfego, receber mais visitas, ranquear no Google? Neste vídeo você vai descobrir o que é SEO e alguns pontos básicos para colocar essas técnicas em prática.

Para entender o que é SEO, precisamos nos aprofundar no processo de pesquisa na internet. Quando alguém tem alguma dúvida ou quer descobrir conteúdos sobre algum assunto, pesquisa por palavras-chave na expectativa de receber respostas que contemplem seu desejo de conteúdo. E o SEO está por trás de toda esta lógica de busca.

SEO é a sigla para Search Engine Optimization, que significa otimização para os mecanismos de busca. Diz respeito a uma série de técnicas e ações aplicadas em qualquer site, para que eles sejam encontrados pelos usuários que pesquisam por algum assunto nos mecanismos de pesquisa, como o Google. O SEO trabalhar para que os mecanismos de pesquisa, como o Google, entendam e rastreiem os sites afim de posicionar aquele link entre os primeiros resultados de busca.

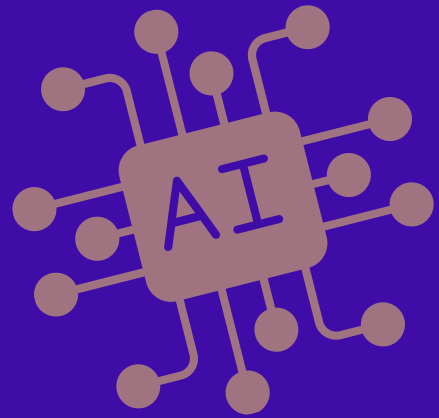


O MESMO VALE PARA AS REDES SOCIAIS



- É importante analisar as principais métricas de engajamento
- Analisar origem do público
- Dados sobre faixa etária
- Horários com maior concentração de audiência
- Analise e interaja com os comentários. Eles sempre rendem ótimos insights sobre demandas, serviços bem avaliados, sugestões e críticas.





E O ALGORITMO?



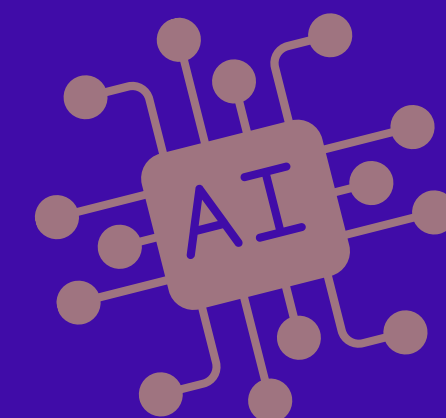
CONCEITUANDO



O algoritmo é uma sequência de instruções claras e bem definidas que foram projetadas para realizar uma tarefa ou resolver um problema.

Existem muitos tipos de algoritmos, abrangendo desde os utilizados para ordenação de dados (como os algoritmos de ordenação por bolha, seleção e quicksort) até os que são usados em buscas em bancos de dados, algoritmos de criptografia, algoritmos de roteamento de rede e algoritmos de aprendizado de máquina.

Há ainda os algoritmos utilizados em redes sociais, que são sistemas de recomendação baseados em Inteligência Artificial.



COMO UM ALGORITMO FUNCIONA?

- 1 - Entrada de Dados - são as informações necessárias para que determinada tarefa seja realizada.
- 2 - Processamento - Com base nos dados inseridos, o algoritmo processa esses dados, seguindo orientações específicas, que podem envolver operações matemáticas, comparações lógicas ou manipulações de dados, dependendo do objetivo do algoritmo.
- 3 - Saída - Feito o processamento dos dados, o algoritmo produz uma saída, que vai ser o resultado da execução das instruções com os dados de entrada. A saída pode ser uma resposta a uma pergunta, uma ação específica que o computador deve executar ou um novo conjunto de dados transformados de alguma forma.

VAMOS DEIXAR MAIS CLARO



Problema

CANDEEIRO NÃO ACENDE



LÂMPADA ENROSCADA?

Não



ENROSCAR LÂMPADA

Solução

Sim



LÂMPADA FUNDIDA?

Sim



TROCAR LÂMPADA

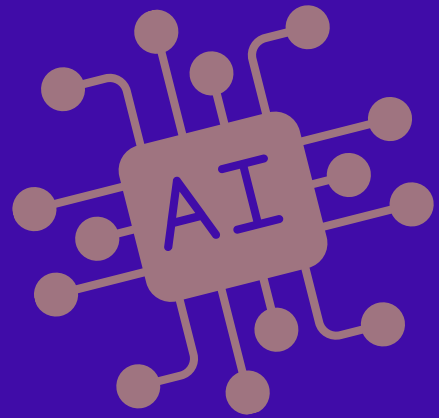
Solução

Não



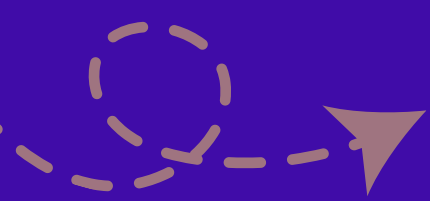
Solução

COMPRAR NOVO CANDEEIRO



COMO FUNCIONA O ALGORITMO DAS REDES SOCIAIS?





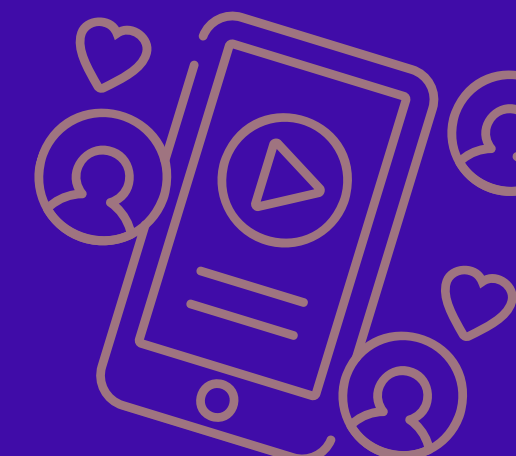
Os algoritmos usados pelas plataformas de redes sociais são de **recomendação**. São modelos que analisam o comportamento do usuário, suas interações e preferências para sugerir conteúdo relevante que possa ser de seu interesse.

- Coleta de dados
- Análise de perfil
- Predição e correspondência
- Classificação e recomendação
- Feedback e ajustes

As discussões atuais sobre os algoritmos nas redes sociais centram-se em várias questões chave, incluindo privacidade de dados, viés algorítmico, efeitos na saúde mental, impacto na democracia e disseminação de desinformação.



VOCÊ SABE COMO A META UTILIZA SEUS DADOS?



Como a Meta usa informações para recursos e modelos de IA generativa

IA na Meta

Estamos nos preparando para expandir nossas experiências da IA na Meta. Para fazer isso, queremos que você saiba que usaremos suas **informações públicas** no Facebook e no Instagram com base no legítimo interesse. Nós faremos isso para desenvolver e melhorar modelos de IA generativa para os recursos e as experiências da IA na Meta a partir de 9 de outubro de 2024.

Você tem o **direito de se opor** ao uso de suas informações para essas finalidades. Depois de 9 de outubro de 2024, você ainda poderá se opor. Se sua oposição for atendida, a partir de então, nós não usaremos suas informações públicas do Facebook e do Instagram para desenvolver e melhorar modelos de IA generativa para os recursos e as experiências da IA na Meta. Se já se opôs, você não precisa enviar outro pedido.

Estamos desenvolvendo experiências de IA generativa e queremos levá-las para mais pessoas e empresas por meio dos produtos da Meta em todo o mundo. É por isso que estamos desenvolvendo IA na Meta, nossa coleção de recursos e experiências de IA generativa, como a IA da Meta e as ferramentas de criação com tecnologia de IA, juntamente com os modelos que as alimentam. Também estamos disponibilizando modelos por meio de uma plataforma aberta para apoiar pesquisadores, desenvolvedores e outros na comunidade.

A IA na Meta ajuda as pessoas a resolverem problemas complexos, a serem mais imaginativas e a produzirem criações inéditas. A IA na Meta ajuda as pessoas a melhorar suas atividades, experiências e momentos diários ao trazer respostas em tempo real para o bate-papo, ajudar as pessoas a se organizar e planejar suas próximas férias, proporcionar mais formas para que elas se expressem, entre outros exemplos.

Estamos comprometidos a desenvolver com responsabilidade. Queremos que você saiba como a IA generativa funciona e como usamos suas informações para tornar este avanço possível.

O que é a IA gerativa?

A inteligência artificial gerativa (IA gerativa) permite que as pessoas criem conteúdo rapidamente de formas novas e empolgantes. Por exemplo, com IA gerativa, as pessoas podem criar novos conteúdos, como imagens, para compartilhar com amigos, e as empresas podem criar respostas de texto para perguntas dos clientes.

A IA gerativa não é um banco de dados ou uma coleção estática de informações, mas um modelo de computador. Os modelos são uma forma de inteligência artificial treinada em bilhões de informações de diferentes tipos de dados, como texto, imagens e áudio. Ao estudar essas informações, é possível aprender sobre o relacionamento e as associações entre diferentes tipos de conteúdo. Desse modo, os modelos são capazes de criar novos conteúdos quando uma pessoa dá instruções ou faz uma pergunta. A IA generativa pode ser usada para criar uma variedade de conteúdo, como texto, imagens e áudio.

- Modelos que geram texto: os grandes modelos de linguagem (também conhecidos como LLMs) são treinados com quantidades massivas de texto para ajudá-los a estimar sequências típicas, como aquelas que usamos na comunicação diária. Os LLMs aprendem com os dados usando uma combinação de aprendizado de máquina e orientação fornecida por pessoas que ajudam a treinar os modelos. Eles podem ser treinados para realizar diferentes tarefas com base no idioma, como completar uma frase, traduzir um texto para um idioma diferente ou responder a perguntas de maneira conversacional.
- Modelos que geram imagens: são treinados observando bilhões de imagens e suas legendas de texto, que é o texto descritivo associado a elas. O modelo aprende a associação entre essas descrições de texto e as imagens. Depois de aprender a associação, ele pode criar novas imagens, como quando uma pessoa insere uma descrição de texto da imagem que deseja gerar.

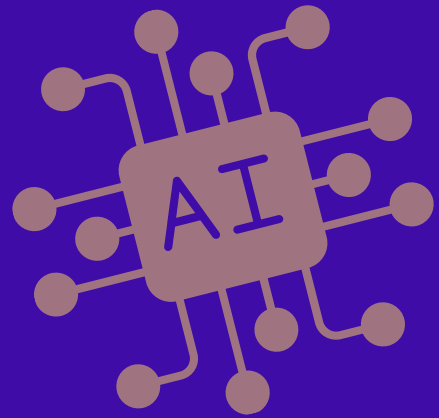
Os modelos gerativos de IA ajudam as máquinas a entender melhor o mundo e permitem que as pessoas traduzam esse entendimento em expressão criativa.

De onde a Meta obtém as informações de treinamento?

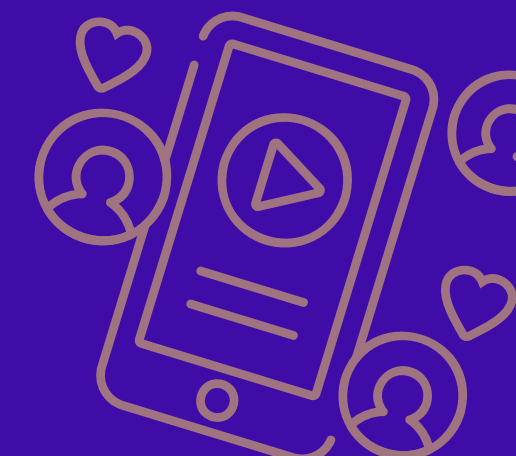
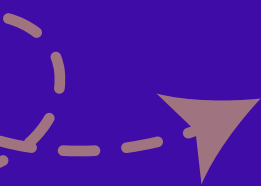
Como é necessária uma grande quantidade de dados para ensinar modelos eficazes, uma combinação de fontes é usada para treinamento. Usamos informações que estão publicamente disponíveis online e informações licenciadas. Também usamos informações compartilhadas nos produtos e nos serviços da Meta. Essas informações podem abranger publicações ou fotos e legendas. Não usamos o conteúdo das suas mensagens privadas com amigos e familiares para treinar nossas IAs, a menos que você ou alguém no bate-papo escolha compartilhar essas mensagens com elas. Há mais detalhes sobre como usamos as informações dos produtos e serviços da Meta na nossa [Política de Privacidade](#).

Quando coletamos informações públicas da internet ou licenciamos dados de outros provedores para treinar os modelos, isso pode incluir informações pessoais. Por exemplo, se coletarmos uma publicação aberta de blog, ela pode incluir o nome e as informações de contato do autor. Quando obtemos informações pessoais como parte desses dados públicos e licenciados que usamos para treinar nossos modelos, não vinculamos especificamente esses dados a nenhuma conta da Meta.

Mesmo que você não use nossos produtos e serviços nem tenha uma conta, ainda podemos processar informações sobre você para desenvolver e melhorar a IA na Meta. Por exemplo, isso pode acontecer se você aparecer em qualquer lugar de uma imagem compartilhada nos nossos produtos ou serviços por alguém que os usa ou se alguém mencionar informações sobre você em publicações ou legendas que compartilhar nos nossos produtos e serviços.



JUNTANDO AS PONTAS



OBRIGADA!



**Amo
Dados**

Insights para Negócios