

## ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO NO FACEBOOK: *CASE* PREFEITURA DE CURITIBA, PR

Orientadora: BALESTRIN, Vanessa Angélica

Pesquisadora: FONSECA, Pamela Moreira

Curso: Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda

Área do conhecimento: Área das Ciências das Humanidades

No presente trabalho se discorreu sobre estratégias de comunicação no Facebook, com uma análise da *fanpage* da Prefeitura de Curitiba, PR. No mundo digital, o consumidor pode escolher que informação quer consumir na hora que ele quiser e possui diversos canais para transmitir sua própria mensagem, deixando suas opiniões e pensamentos. O objetivo geral da pesquisa foi analisar como a Prefeitura de Curitiba utiliza o Facebook em termos de estratégia de relacionamento. Os objetivos específicos foram compreender o histórico de comunicação da Prefeitura de Curitiba a fim de entender o seu posicionamento atual nas mídias sociais; analisar a interação entre a Prefeitura e seus fãs no Facebook; avaliar as práticas utilizadas pela Prefeitura no meio; analisar a eficácia do Facebook como ferramenta de comunicação e identificar o que motiva os fãs da Prefeitura de Curitiba e perceber o perfil desses fãs. A pesquisa é caracterizada como bibliográfica e de estudo de caso; assim, aplicou-se um questionário aos fãs da *fanpage* e realizou-se uma entrevista com a equipe de comunicação da Prefeitura. Compreendeu-se, por meio do estudo de caso, que o Facebook é uma ferramenta essencial na manutenção de marca e no relacionamento com o consumidor, em virtude da facilidade de acesso pelo público-alvo.

Palavras-chave: *Marketing* digital. Facebook. Propaganda. Internet. Prefeitura de Curitiba.

vanessa.balestrin@unoesc.edu.br