

PESQUISA SERVIÇO PÚBLICO: Programação Canal Banco do Nordeste Cultural

**Superintendência de Marketing e Comunicação
Ambiente de Marketing**

Ficha Técnica

PRESIDÊNCIA

Presidente:

José Gomes da Costa

SUPERINTENDÊNCIA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

Superintendente e.e.: Michelly Chaves Nunes Ribeiro

AMBIENTE DE MARKETING

Gerente de Ambiente: Maria Evineide Silva Castro Dias

Gerente Executivo: José Wandemberg Rodrigues A.

Coord. de Est. e Pesq.: Thiago Menezes

Suporte Operacional: Juan Viana Caetano

SERVIÇO PÚBLICO - CENTRO CULTURAL BANCO DO NORDESTE

OBJETIVO GERAL

O Banco do Nordeste realizou estudo para identificar dados comunicacionais a respeito do serviço de atrações virtuais do Canal Banco do Nordeste Cultural, disponibilizada na plataforma YouTube.

CONTEXTUALIZAÇÃO

Como instituição de desenvolvimento e acreditando que a cultura é fator de desenvolvimento regional, o Banco do Nordeste do Brasil disponibiliza, além de 3 (três) Centros Culturais Banco do Nordeste (CCBNB), com atrações culturais em diversas linguagens, como artes cênicas, espetáculos musicais, mostras de audiovisuais, exposições, instalações e performances em artes visuais, um canal virtual que reúne as atrações artísticas mais relevantes.

As unidades do CCBNB são localizadas nos municípios de Fortaleza/CE, Juazeiro do Norte/CE e Sousa/PB. Desde dezembro de 2020, a programação passou a ser disponibilizada por meio da plataforma Youtube, no canal intitulado Banco do Nordeste Cultural.

No intuito de apresentar a capilaridade das atrações culturais apresentadas ao cidadão, inclusive no ambiente virtual, é que se justifica este estudo. Estrategicamente, o Banco do Nordeste tem analisado, alternadamente, e bianualmente, a programação com o público presencial e as interações com o público virtual.

METODOLOGIA

O presente estudo se constitui como uma análise de dados secundários, extraídos do canal Centro Cultural Banco do Nordeste disponibilizados pela plataforma *YouTube Studio*.

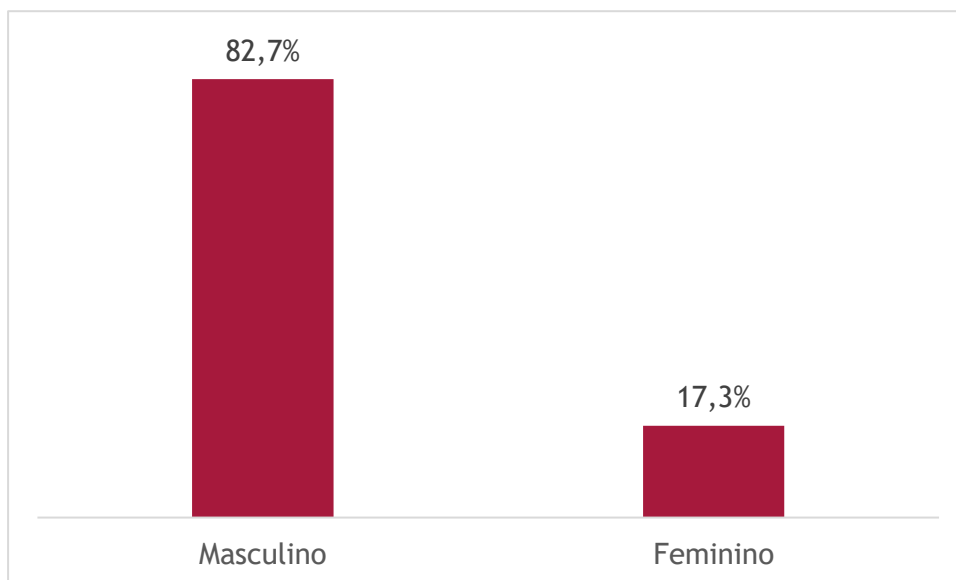
O intervalo de tempo selecionado no ano de 2022, para este estudo, foi o mês de setembro, que se justifica devido a certa harmonia com o período e a agenda escolares. Não sendo período de férias estudantis, setembro se justifica pelo fato de contar com um íterim que compreende um mês do retorno das atividades escolares/universitárias, o que sugere alguma habitualidade na vida dos jovens trabalhadores e/ou estudantes (maiores frequentadores dos Centros Culturais), bem como por estar fora do período de exames escolares/universitários.

Dessa maneira, foram coletadas informações que concernem à quantidade de visualizações, tempo de exibição, quantidade de novos inscritos, impressões, taxa de cliques de impressões, espectadores únicos e recorrentes, tempo de exibição, duração média de visualização, todas informações que compõem algumas das métricas sobre o engajamento do público com o canal, tendo como fonte a plataforma *YouTube Studio*. Ademais, na mesma plataforma, foram coletadas informações sobre os perfis: idade e gênero.

Para analisar esses dados foram utilizados os métodos de análise interpretativo, comparativo e descritivo.

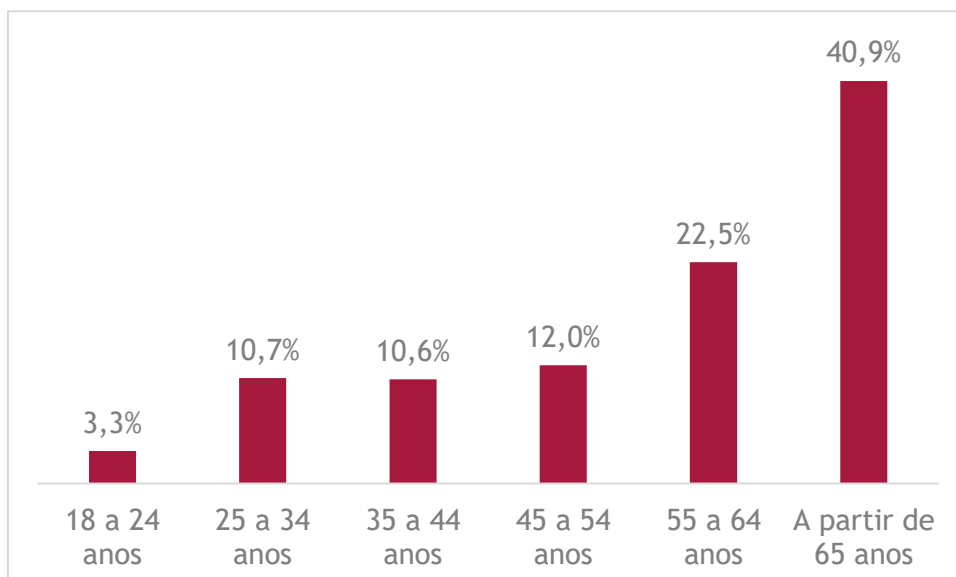
DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Gráfico 1: Gênero do público



Fonte: *YouTube Studio*

Gráfico 2: Faixa etária do público



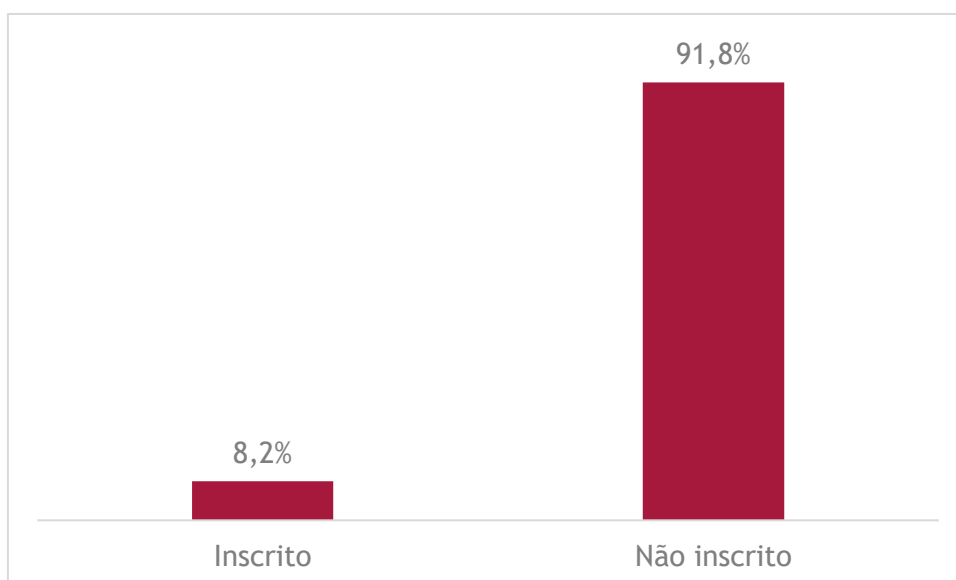
Fonte: YouTube Studio

Tabela 01: Público

Total de Inscritos	Espectadores Recorrentes	Novos Espectadores	Espectadores Únicos
229	2.542	9.603	12.145

Fonte: YouTube Studio

Gráfico 3: Público e inscrição



Fonte: YouTube Studio

Tabela 02: Visualizações

Visualização do canal	
Set./2022	18.322

Fonte: YouTube Studio

Tabela 03: Horas de visualização

Tempo de exibição (horas)	
Set./2022	1.500

Fonte: YouTube Studio

Tabela 04: Inscrições no canal

Inscrições perdidas	
Set./2022	37

Fonte: YouTube Studio

Tabela 05: Impressões

Impressões	
Set./2022	163.600

Fonte: YouTube Studio

Tabela 06: Cliques por impressões

Taxa de cliques de impressões	
Set./2022	7%

Fonte: YouTube Studio

Tabela 07: Duração média de tempo mensal de visualização por espectador

Duração média de visualização	
	4 minutos 48
Set./2022	centésimos

Fonte: YouTube Studio

CONCLUSÃO

O perfil médio do público do canal Banco do Nordeste Cultural é essencialmente do gênero masculino e predominantemente adulto acima de 55 anos de idade.

Vislumbra-se que o canal Banco do Nordeste Cultural constitui-se como uma boa vitrine para apresentar a programação cultural com os seguintes resultados no mês de setembro de 2022: 12.145 pessoas (doze mil cento e quarenta e cinco espectadores únicos) visitas virtuais ao canal Centro Cultural Banco do Nordeste; 18.322 dezoito mil trezentas e vinte e duas) visualizações com visibilidade da marca; 1.500 (mil quinhentas) horas de visualização; e 163.600 (cento e sessenta e três mil e seiscentos) impressões.