

RELACIONAMENTO COM A SOCIEDADE (ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO)

Em 2024, a Fundação Cultural Palmares intensificou sua presença digital com foco em ampliar o alcance das ações institucionais, fortalecer o diálogo com o público e valorizar a cultura afro-brasileira nos ambientes virtuais. A atuação se concentrou nas plataformas Instagram, Facebook, TikTok, X, Threads e site institucional, com resultados relevantes.

A Fundação Cultural Palmares teve um ano de crescimento significativo nas redes sociais, especialmente no Instagram e no site institucional. No entanto, ainda há o desafio de converter o grande alcance em ações práticas e de fidelizar o público. Observou-se que o engajamento é mais intenso quando se utilizam ilustrações e postagens com destaque para datas que representam pessoas negras e quilombolas, o que reforça a importância de manter uma linha editorial que valorize essas referências culturais.

A seguir, apresentamos as principais informações sobre o desempenho das redes da Fundação Cultural Palmares no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024:

SITE INSTITUCIONAL

O site da Fundação Cultural Palmares (<https://www.gov.br/palmares/pt-br>) registrou um crescimento robusto de acessos, com destaque para o segundo semestre (318.821 sessões e 486.791 visualizações de página), mais que o dobro do primeiro semestre. O mês de novembro, marcado pelas celebrações do Mês da Consciência Negra, foi o pico do ano, com 117.945 sessões. O crescimento no segundo semestre reflete a eficácia das campanhas e eventos realizados, especialmente aqueles com temática de valorização da cultura afro-brasileira. Manter a frequência de atualizações com conteúdos relevantes garante que os números permaneçam altos nos próximos períodos.

Tabela 1 - Site - Acesso ao site da Fundação Cultural Palmares

Mês	Quantidades (Sessões*)	Quantidades (Visualizações de Página)
Janeiro	16.184	28.639
Fevereiro	17.959	30.222

Março	27.422	44.846
Abril	22.480	37.364
Mai	29.555	46.163
Junho	26.811	42.942
Julho	34.304	49.875
Agosto	39.630	63.087
Setembro	41.330	69.318
Outubro	57.258	84.360
Novembro	117.945	172.626
Dezembro	28.354	47.525
Total 1º Semestre	140.411	230.176
Total 2º Semestre	318.821	486.791
Total do Ano	459.232	716.967

INSTAGRAM

O Instagram (@fundacaopalmares) apresentou um bom desempenho ao longo do ano, com destaque para o aumento significativo de alcance e impressões, especialmente nos meses de novembro (280.818 impressões e 180.124 de alcance) e agosto (114.378 impressões e 60.855 de alcance). Esses picos coincidem com campanhas mais intensas, como o Mês da Consciência Negra. A taxa de engajamento variou ao longo do ano, com os melhores resultados em janeiro (22,7%), março (22,05%) e agosto (21,31%). Isso sugere que as campanhas e os conteúdos produzidos nesses períodos atingiram o público de maneira mais eficaz. No entanto, a queda da taxa de engajamento em julho (6,55%) indica que é necessário revisar a abordagem adotada naquele mês, possivelmente diversificando os formatos de conteúdo. Um ponto de atenção é a quantidade de interações que, embora alta nos meses de maior alcance, não se traduz em conversões significativas, como cliques em links ou chamadas para ações específicas. Reforçar as legendas com chamadas para ação (CTA) mais diretas pode ser uma solução.

Tabela 2 - Instagram - Dados das publicações de 2024

Mês/Ano	Posts	Impressões	Alcance	Curtidas	Comentários	Interações	Taxa (%)
Janeiro 2024	30	88100	56367	10442	244	12797	22.7
Fevereiro 2024	38	171353	124808	10837	827	12881	10.32
Março 2024	47	109836	62962	11429	417	13883	22.05
Abril 2024	31	107799	86060	11960	264	13637	15.85
Maio 2024	41	114957	83536	10714	370	12505	14.97
Junho 2024	30	87324	64500	8951	187	10038	15.56
Julho 2024	19	111958	95020	5095	126	6222	6.55
Agosto 2024	72	114378	60855	11234	202	12965	21.31
Setembro 2024	20	97133	72007	4682	127	6343	8.81
Outubro 2024	25	86976	65877	6005	239	7761	11.78
Novembro 2024	66	280818	180124	16393	497	19306	10.72
Dezembro 2024	29	155381	117337	10422	573	14069	11.99

FACEBOOK

No Facebook (<https://www.facebook.com/PalmaresGovBr>), observou-se um crescimento expressivo no alcance total das postagens, especialmente nos meses de fevereiro (97.222), junho (84.084) e outubro (72.841). No entanto, houve uma queda no número de novas curtidas, sugerindo que, embora o conteúdo alcance mais pessoas, ele não atrai o suficiente para converter visitantes em seguidores permanentes. O tipo de conteúdo que melhor performa continua sendo imagens e álbuns, enquanto vídeos e links apresentam resultados abaixo do esperado. Isso

sugere que a preferência do público da página se mantém voltada para conteúdos visuais rápidos e de fácil engajamento. A criação de álbuns temáticos e galerias de eventos pode potencializar os números positivos.

Tabela 3 - Facebook - Dados das publicações de 2024

Mês/Ano	Impressões de Página	Alcance Total	Novas Curtidas	Visualizações de Página	Impressões de Publicações
Janeiro 2024	34189	29962	47	892	31892
Fevereiro 2024	103599	97222	95	936	100934
Março 2024	11062	7986	26	452	7656
Abril 2024	13249	10209	20	528	10824
Mai 2024	48143	44784	55	592	45991
Junho 2024	88781	84084	153	776	87668
Julho 2024	14753	11277	12	419	10390
Agosto 2024	29183	16888	16	750	9753
Setembro 2024	10339	6298	19	508	6388
Outubro 2024	83710	72841	31	880	8599
Novembro 2024	18994	11590	37	1248	10895
Dezembro 2024	28580	23676	102	926	24360

TIKTOK

O TikTok (@fcpalmes - linktr.ee/fundacaopalmes) apresentou um crescimento contínuo ao longo do ano, especialmente a partir de outubro, quando o número de seguidores chegou a 1.999 e as visualizações de vídeo atingiram 20.044. Esse aumento significativo se relaciona à campanha do Mês da Consciência Negra, que impulsionou a visibilidade e o engajamento na plataforma. O maior desafio no TikTok é manter a retenção dos espectadores, pois, apesar do aumento nas visualizações, algumas postagens não geram interações consistentes. Investir em

vídeos curtos e dinâmicos com temas culturais impactantes pode manter a atenção e aumentar o tempo de visualização.

Tabela 4 - Dados das publicações de 2024

Mês/Ano	Número de seguidores em:	Visualizações de vídeo	Visualizações de perfil	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos
março 2024	445	1019	17	103	4	41
abril 2024	547	5086	40	454	28	16
maio 2024	848	6825	67	637	39	23
junho 2024	1039	5673	58	466	37	27
julho 2024	1206	1481	1640	166	14	13
agosto 2024	1300	1095	281	44	0	7
setembro 2024	1430	1311	540	39	4	2
outubro 2024	1999	20044	397	1916	114	452
novembro 2024	2197	22801	233	1259	87	167
dezembro 2024	2307	4669	89	338	29	80

THREADS

O Threads (@fundacaopalmares), plataforma mais recente, está em fase de consolidação, com 7.109 seguidores. A interação ainda é baixa, mas isso ocorre, em parte, pela adaptação dos usuários à nova rede. A Fundação pode aproveitar o formato de discussão e diálogo para promover reflexões rápidas e debates, especialmente em torno de pautas culturais e políticas

Tabela 5 - Dados das publicações de 2024

Mês/Ano	Vizualizações	Reposts	Curtidas
agosto 2024	15787	24	447
setembro 2024	6463	24	142
outubro 2024	6967	10	185
novembro 2024	35289	39	1003
dezembro 2024	11.766	22	262

X

A Fundação Cultural Palmares possui o perfil na plataforma (@PalmaresGovBr), tendo 39,2 mil seguidores. Desde que a plataforma X (antigo Twitter) foi adquirida por Elon Musk, tornou-se impossível mensurar os resultados completos sem que se tenha uma conta paga. Essa mudança nas políticas da rede social limitou o acesso a métricas detalhadas e prejudicou a capacidade de análise de desempenho das publicações realizadas pela Fundação Cultural Palmares. Dessa forma, a ausência de dados provenientes da plataforma X neste relatório decorre dessa restrição imposta pela nova gestão. Para garantir o monitoramento contínuo e preciso nessa rede, seria necessário considerar a assinatura de uma conta paga que permita acesso completo às métricas.

CONCLUSÃO

Vale destacar que nenhuma conta da Fundação Cultural Palmares é paga, certificada ou possui selo de verificação, o que dificulta o acesso completo às métricas das plataformas de rede social e compromete o monitoramento e a análise dos resultados.

Para aprimorar os resultados, é fundamental revisar as estratégias de conteúdo no Facebook, investindo em álbuns temáticos e posts visuais impactantes que chamem a atenção do público. No Instagram, otimizar as chamadas para ação (CTA) nas postagens pode aumentar a conversão e potencializar o engajamento. No TikTok, convém aperfeiçoar o conteúdo com vídeos curtos e envolventes, abordando temáticas que gerem identificação e promovam compartilhamento. Já no Threads, a

ampliação do conteúdo interativo, com enquetes e perguntas que estimulem o diálogo, pode atrair a participação do público.

Além disso, o monitoramento contínuo do site institucional se mostra essencial, com atualizações regulares sobre eventos e pautas relevantes, garantindo que o público se mantenha informado e engajado. Essas estratégias podem consolidar a presença digital da Fundação Cultural Palmares, mantendo a relevância das pautas abordadas e fortalecendo o vínculo com o público de maneira efetiva.