



# 30º CONGRESSO BRASILEIRO DE ZOOTECNIA

10 a 14 de Maio de 2021

ISBN: 978-65-89908-12-8

## ANÁLISE DE DESEMPENHO DE UM CANAL NA PLATAFORMA YOUTUBE PARA A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E EXTENSÃO NO AGRONEGÓCIO

30º Zootec, 1ª edição, de 10/05/2021 a 14/05/2021

ISBN dos Anais: 978-65-89908-12-8

**SILVEIRA; Naiara Cristina dos Santos <sup>1</sup>, ALMEIDA; Taynara Freitas Avelar de <sup>2</sup>, MENHÔ; Amanda Braga <sup>3</sup>, DUARTE; Maressa Silveira Oliveira <sup>4</sup>, RAINERI; Camila <sup>5</sup>**

### RESUMO

A Universidade gera constantemente novas pesquisas e informações para a evolução da ciência. Todavia, essa comunidade apresenta, ocasionalmente, dificuldade em divulgar seus estudos para o público externo, gerando assim uma lacuna na transferência de conhecimentos. Este estudo visa analisar a eficiência de um canal na plataforma *Youtube* como estratégia para divulgação científica e extensão rural. O canal abordado foi o LEA Atua, criado para divulgar conteúdos produzidos pelo Laboratório de Estudos em Agronegócios da FAMEV/UFU. Foram avaliadas estatísticas do *Youtube Analytics* referentes ao período entre 30 de outubro 2018, quando o canal foi criado, e 07 de março de 2021. Neste intervalo foram publicados 42 vídeos, sendo palestras de eventos, conteúdos técnicos, transmissões ao vivo, cursos e treinamentos, entre outros. Foram analisadas métricas referentes: i) ao canal (número de visualizações, tempo de exibição e número de inscrições); ii) ao público (gênero, idade e país); iii) aos dispositivos; iv) à busca (impressões e taxa de clique); e v) às origens do tráfego. O canal teve um total de 3.131 visualizações, 840 horas de tempo de exibição e 125 inscritos, enquanto suas buscas totalizaram 36.406 impressões com 3,48% de taxa de cliques. As transmissões ao vivo representaram 65,53% do tempo de exibição e 31,84% das visualizações do canal. Os vídeos oriundos de eventos geraram mais de 54,95% das impressões e tiveram o segundo maior número de visualizações (28,46%). Isto indica que as transmissões podem ser uma estratégia interessante para alcançar o público, mas que demais conteúdos são de interesse e devem continuar presentes no canal afinal são mais sugeridos ao público pelo *Youtube* do que as transmissões. O público é 100% brasileiro, e de idades entre 18 e 24 anos (60,6%) e 25 e 34 anos (39,4%). A idade do público nos sugere um espectador estudante e provavelmente poucos produtores, necessitando melhorias para o conteúdo chegar nestes. Ademais, temos um público majoritariamente feminino (61,2%). Os acessos ao canal se deram por dispositivo móvel (48,4%), computador (42,5%) e TV (4%). Isto auxilia no entendimento do tempo de visualização, e no planejamento da duração dos conteúdos para o público, já que acessos por celular podem apresentar menor tempo de interação na plataforma. Em relação aos inscritos, as métricas não permitem determinar qual conteúdo os atraiem mais, pois a soma de todos os vídeos totalizam 53 inscritos, menos que o total do canal, deixando a incógnita do assunto que os atraiem. As origens de tráfego foram, 23,1% decorrentes da pesquisa na plataforma *Youtube*,

<sup>1</sup> Graduanda em Zootecnia - UFU, nai.silveira@hotmail.com

<sup>2</sup> Zootecnista - UFU, tay.freitas.avelar@gmail.com

<sup>3</sup> Zootecnista - UFU, amanda.b.menho@hotmail.com

<sup>4</sup> Zootecnista - UFU, maressasod@hotmail.com

<sup>5</sup> Docente - UFU, camilaraineri@ufu.br

22,2% externa, como o *WhatsApp* e o *Moodle*, e 14,2% direta ou desconhecida. Quanto mais relevante o *Youtube* considera um conteúdo, mais ele aumenta seu alcance via indicações, e conhecer as origens de tráfego da pesquisa possibilita um melhor engajamento do canal e assim maior a interação com o público. Conclui-se que o canal LEA Atua tem gerado engajamento com o público, tornando a ferramenta viável para a divulgação científica. No entanto é necessário aperfeiçoamento contínuo de estratégias para aumentar o alcance e a aproximação de públicos ainda pouco atingidos.

**PALAVRAS-CHAVE:** ensino e extensão rural, produção animal, tecnologia da informação e comunicação, ciências agrárias