



Ministério da
**Ciência, Tecnologia
e Inovação**

G O V E R N O F E D E R A L
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Ana Beatriz Mesquita
(CPTEC/INPE)

**ESTUDO DA MELHOR METODOLOGIA PARA A DIFUSÃO
DE VÍDEOS EXPLICATIVOS DE FENÔMENOS
METEOROLÓGICOS**

Metodologia do trabalho realizado referente a gravação e expansão dos vídeos explicativos sobre fenômenos meteorológicos no CPTEC/INPE

Cachoeira Paulista

Julho 2015

**ESTUDO DA MELHOR METODOLOGIA PARA A DIFUSÃO DE VÍDEOS
EXPLICATIVOS DE FENÔMENOS METEOROLÓGICOS**

**RELATÓRIO FINAL DE PROJETO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
(PIBIC/CNPq/INPE)**

Ana Beatriz Mesquita (Fatec, Bolsista PIBIC/CNPq)
E-mail: ab.mesquita@hotmail.com

Waldenio Gambi de Almeida (CPTEC/INPE, Orientador)
E-mail: waldenio.almeida@cptec.inpe.br

Julho de 2015

SUMÁRIO

	<u>Pág.</u>
1 INTRODUÇÃO	1
2 DESENVOLVIMENTO	2
3 DIVULGAÇÃO DOS VÍDEOS	3
4 CONCLUSÃO	4

RESUMO

O setor de Divulgação de Produtos Meteorológicos do Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos (CPTEC) no Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) é responsável pela gravação e edição diária de vídeos de previsão de tempo e explicativos sobre fenômenos naturais, além da disponibilização destes na internet através do site do CPTEC. O objetivo desse trabalho é identificar as melhores estratégias para a divulgação dos vídeos explicativos relacionados a fenômenos meteorológicos. Para maior precisão dos resultados obtidos, foram feitas coletas de dados com o auxílio da ferramenta Google Analytics, tornando possível identificar o comportamento dos telespectadores e então traçar um perfil, buscando medidas para a melhor qualificação e sucesso do trabalho.

1 INTRODUÇÃO

A internet é uma ferramenta que possibilita a disseminação e o acesso a informações de forma extremamente rápido, além de permitir uma abordagem de aproximação com o público-alvo de uma maneira muito mais eficiente, diminuindo em tempo e distancia o conteúdo do usuário.

Os vídeos produzidos pela DPM relacionados a previsão e a fenômenos meteorológicos são apresentados por profissionais de meteorologia, que buscam anunciar as informações necessárias de maneira clara e objetiva em um curto espaço de tempo.

Tendo início em agosto de 2014, este trabalho fez um estudo sobre o comportamento dos usuários dos produtos da DPM, identificando padrões de interação com as mídias, a fim de adaptar do melhor modo as publicações e colaborar com a necessidade do usuário e o produto.

Em busca de uma melhor divulgação deste conteúdo, este trabalho apresenta um estudo sobre o comportamento dos usuários, e buscou indicar melhorias a serem feitas pela equipe nos vídeos explicativos relacionados a fenômenos meteorológicos e seus meios de divulgação, a fim de ampliar a disseminação do conteúdo por meio da internet.

2 DESENVOLVIMENTO

2.2 Divulgação de Produtos Meteorológicos.

A DPM possui equipamentos dedicados a todas as gravações pertinentes ao setor. Existem câmeras filmadoras, microfones, mesa de som e computadores com softwares de edição e tratamento de áudio e imagem e para a publicação dos produtos.

Sendo a equipe constituída no máximo por 4 pessoas, e responsável por todas as ordens de serviços de filmagens, edição e expansão dos arquivos.

2.2.1 Vídeos Explicativos:

Os vídeos explicativos são apresentados por um meteorologista pré-selecionado que tem por objetivo explicar o tema abordado durante a apresentação de forma direta e objetiva em um curto espaço de tempo.

O meteorologista faz uso de animações para a melhor demonstração do fenômeno, exemplificando junto a apresentação o que acontece.

Após a gravação os vídeos passam por edições e posteriormente são publicados na página web do CPTEC/INPE - (<http://www.cptec.inpe.br/>) para acesso público.

2.2.2 Edição e postagem

As gravações feitas passam por cortes, redimensionamento e tratamento de áudio com o auxílio de softwares de criação e edição de imagem e criação de gráficos em movimento e efeitos visuais, onde estas edições são executadas em uma ilha de edição localizada na própria sala da DPM. Após concluídas passam por conversões de formato quando necessário e são postadas na página dos vídeos online.

3 DIVULGAÇÃO DOS VÍDEOS

3.1 Vídeos Online:

A página oficial dos vídeos online fica no site do CPTEC/INPE, onde são disponibilizados todos os vídeos produzidos pela DPM, sendo, exclusivamente, onde ficam os vídeos explicativos sobre fenômenos meteorológicos, tornando centralizado a distribuição do conteúdo.

3.2 Os meios de divulgação:

A disseminação de conteúdo na internet é vasta e por vezes se perde nas diversas plataformas disponíveis que acarretam na dispersão de foco e busca, porém com base em pesquisas foram selecionadas 3 possíveis soluções para melhorar a disseminação dos vídeos.

3.2.1 YouTube:

É um site de compartilhamento de vídeos, que foi criado com uma ideia semelhante a televisão, onde você produz e/ou transmite um tipo de conteúdo. Estes conteúdos ficam disponíveis para qualquer pessoa que queira ter acesso ao mesmo, podendo ser compartilhados em outros meios, serem comentados, dados como favoritos, ser separados por playlists e por contabilizarem os números de views podem levar o conteúdo a página principal tornando um pequeno conteúdo em um dos mais comentados, visualizados e conhecidos do momento.

3.2.2 Redes sociais:

As redes sociais vêm com a proposta de conectar pessoas e fazer com que elas se relacionem de diversas formas, seja foto, vídeo, bate papo privado ou comentários abertos de uma forma não hierárquica. Para o trabalho em questão seria importante dois tipos de rede, as de relacionamento e as profissionais. Ambas permitem a auto geração, o compartilhamento e intensificação de conteúdo.

Para comprovar que o uso das redes se tornou parte do cotidiano do cidadão foi feita uma pesquisa para descobrir a porcentagem de pessoas que acessam alguma rede social logo que acorda. Esta pesquisa foi realizada por meio digital e capturou respostas de 30 pessoas de diversos cantos do estado, e o resultado encontra-se abaixo:

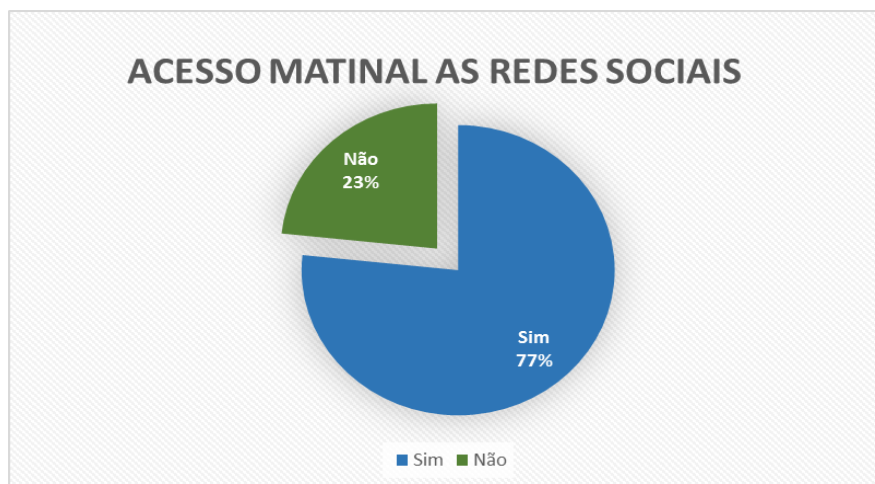


Figura 1 – Acesso matinal as redes sociais.

Fonte: MESQUITA, 2015

Das respostas obtidas, 77% das pessoas diz que acessa pelo menos uma rede social logo que acorda, o que torna isso parte da rotina atual da sociedade, e tendo tendência a aumentar com o decorrer do tempo, modificando nossa posição frente a esses meios, além de estar sendo usada cada vez mais para marketing de grandes empresas. Sabe-se também que os acessos vêm de diversos meios, sejam aparelhos celulares, computadores de mão ou desktops tornando-se considerada indispensável o uso das mesmas para proximidade aos usuários.

3.2.3 SEO:

Search Engine Optimization consiste na otimização para mecanismos de pesquisas, visa potencializar e melhorar o posicionamento nas páginas de resultados de sites de pesquisa. É uma prática usada na

programação do site, como planejar as estruturas das URLs, fazer uso de meta tags, implementar práticas de navegabilidade, entre outros. A Google criou um Guia Google para Iniciantes – Otimização de sites para Mecanismos de Pesquisa (SEO) contendo algumas explicações sobre o tema que auxiliam na hora de identificar pontos e executar a implementação.

A fim de averiguar se os sites que estão no topo da lista das páginas de pesquisas são realmente acessados foi feita uma pesquisa e abaixo demonstra-se o resultado.

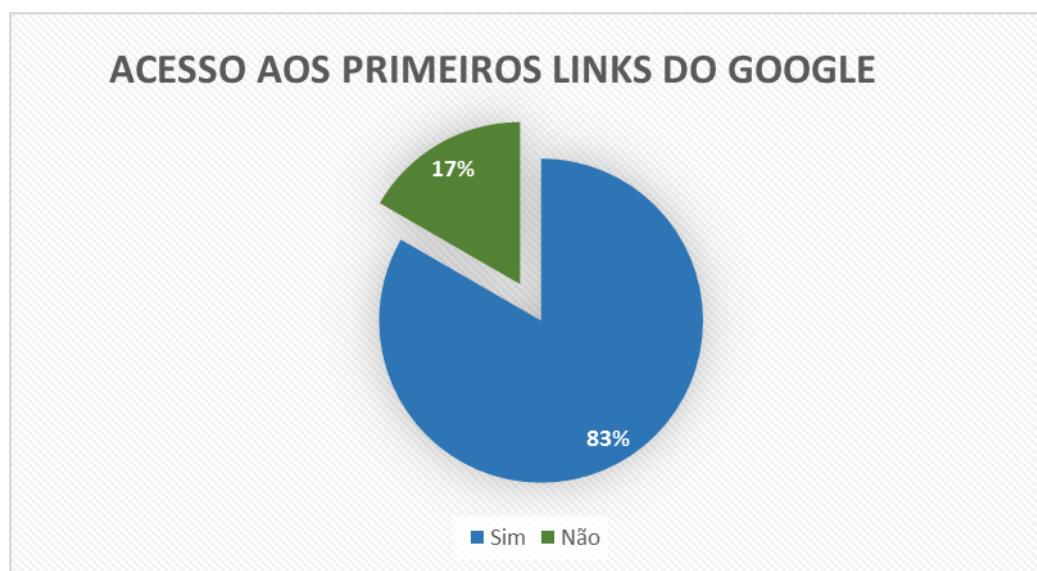


Figura 2 – Acesso aos primeiros links do google.

Fonte: MESQUITA, 2015

De todos os entrevistados 83% disse confiar e acessar por ordem de resultados os links dados, o que prova que o uso de SEO pode ser extremamente vantajoso.

A Alcdigital publicou alguns motivos pelo qual SEO é vantajoso, mostrando que sites otimizados ficam mais rápidos, leves e permitem maior navegabilidade; o uso é mais econômico e eficiente na forma de atingir clientes potenciais, possui um índice de conversão dezenas de vezes superior quando comparado a banners e torna as visitas qualitativas.

4 CONCLUSÃO

Estar presente na internet não é somente ter um link de conexão e expor algum tipo de material, é importante pensar além somente do conteúdo, é necessário elaborar estratégias para que cada vez mais este conteúdo seja alvo de busca, seja considerado confiável e esteja realmente a vista do interessado. A

disponibilização dos vídeos explicativos sobre fenômenos meteorológicos em uma playlist do próprio canal do CPTEC/INPE no YouTube é um ponto relevante que auxiliará a melhor disseminação do conteúdo e em conjunto com o uso de redes sociais que estão cotidianamente na vida dos usuários, sejam de relacionamento ou profissionais acarretará provavelmente em um número muito maior de acessos. Sendo essas, duas alternativas, que podem e devem caminhar paralelamente conclui-se que é uma metodologia com grandes chances de sucesso na difusão do conteúdo.

Por fim pode-se fazer uso da técnica SEO, que otimizará a pesquisa relacionada não somente aos vídeos explicativos, mas também a todo o site do CPTEC/INPE.