ANÁLISE DO DESEMPENHO DE VÍDEOS EDUCACIONAIS: AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS DE CINCO VÍDEOS DO VIRAL – VIRUSES ANIMATED LEARNING

Diego Silva Milhome[1]
Maria Eduarda Silva Cunha[2]
Claudio Henrique Victor Porto[3]
Larissa Deadame De Figueiredo Nicolete[4]

RESUMO

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) são vistas como uma solução promissora para tornar a educação mais atraente para as crianças, permitindo métodos de ensino mais envolventes e interativos, como o uso de animações para simplificar conceitos complexos. Este estudo explorou a eficácia de vídeos educacionais voltados para crianças, publicados no canal do YouTube "VirAL - Viruses Animated Learning", entre os meses de abril e outubro de 2023. A pesquisa teve como objetivo analisar o desempenho desses vídeos em termos de visualizações, tempo de exibição, inscrições, alcance, taxas de cliques, origem do tráfego e engajamento de inscritos e não inscritos. Os resultados revelaram que o último vídeo lançado obteve o maior número de visualizações e engajamento em comparação com o primeiro, mesmo com um período de publicação mais longo. Isso sugere que estratégias de divulgação ativa, como compartilhamento em redes sociais, grupos de mensagens e escolas, desempenharam um papel significativo no sucesso do vídeo. Além disso, a promoção em grupos familiares e turmas escolares provou ser eficaz para atrair o público-alvo. No que diz respeito ao engajamento, alguns vídeos tiveram mais engajamento de não inscritos, enquanto outros atraíram mais inscritos. Portanto, este projeto mostrou-se eficaz na promoção do conhecimento de forma lúdica e envolvente. O sucesso do último vídeo sugere que estratégias de divulgação ativa desempenham um papel importante na atração do públicoalvo. Esses resultados destacam a importância das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) na educação infantil e como elas podem ser uma ferramenta valiosa para complementar a educação tradicional.

Palavras-chave: tecnologias; animações; resultados.

UNILAB - UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA, ICS - INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE, Discente, diego123milhome@aluno.unilab.edu.br[1]
UNILAB - UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA, ICS - INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE, Discente, eduardashalom23@gmail.com[2]
UNILAB - UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA, ICS - INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE, Discente, claudiohenriquevictorporto@gmail.com[3]
UNILAB - UNIVERSIDADE DA INTEGRAÇÃO INTERNACIONAL DA LUSOFONIA AFRO-BRASILEIRA, ICS - INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE, Docente, larissanicolete@unilab.edu.br[4]

ISSN: 2447-6161

INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia, a educação tornou-se um desafio cada vez mais complexo. O vício em telas é um problema crescente entre as crianças, com o uso excessivo podendo levar a alterações no sono, desatenção, e concentração, na alimentação, irritabilidade, medo, solidão, tédio e queda no rendimento escolar. (ROCHA, 2021). A perda de interesse dos alunos está em constante crescimento, uma vez que a abordagem tradicional da educação parece estar se tornando obsoleta. Segundo Dermeval Saviani, a educação tradicional tem se mostrado insuficiente para atender às demandas da sociedade contemporânea.

Na área da saúde, em específico no campo da virologia voltada ao público infantil, existe uma crescente demanda que consiga envolver os educandos nas temáticas abordadas de uma maneira mais lúdica. As crianças estão cada vez mais expostas às telas desde cedo e, sem o auxílio desses recursos visuais, os conceitos nesta disciplina podem se tornar desatualizados, dificultando a compreensão. O estudo das habilidades de compreensão infantil e de sua interação com os conteúdos oriundos das mídias digitais tem se revelado um campo de grande interesse para diversos profissionais (SARGIANI, 2018).

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) emergem neste contexto como uma excelente solução. Elas possuem um enorme potencial para revolucionar a educação, apresentando propostas de ensino que podem ser mais atraentes para as crianças. As TICs incorporam novos métodos de ensino que podem ser mais envolventes e interativos, permitindo ao educador utilizar sua criatividade para transmitir o conhecimento de maneira mais eficaz. Um exemplo dessas metodologias é a utilização de animações como ferramenta de ensino, capaz de transformar conceitos complexos em compreensões mais claras e interessantes para os alunos.

Com base nesse potencial educativo, foi considerada a elaboração de um projeto de extensão que abrangesse diversas metodologias que interagissem com o público infantil, incluindo animações e ilustrações que respeitassem a linguagem e conhecimentos dos seguidores a partir do canal do YouTube VirAL – Viruses Animated Learning. Assim, este trabalho tem como objetivo realizar uma análise comparativa de desempenho sobre os vídeos postados entre os meses de abril e outubro do ano de 2023.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste estudo foi estruturada em duas partes principais: a seleção dos vídeos e a análise detalhada dos dados. Primeiramente, foram slecionados todos os cinco vídeos postados no intervalo entre os meses de abril e outubro de 2023. Em seguida, foram organizados por ordem de postagem, para que pudessem serem analisados na sua respectiva ordem. As datas exatas de postagem foram as seguintes: 13 de abril de 2023, 20 de abril de 2023, 20 de abril de 2023, 31 de julho de 2023 e 17 de agosto de 2023.

Posteriormente, os dados individuais de cada vídeo selecionado foram coletados na aba Analytics do YouTube. Esta etapa foi essencial para que o impacto e desempenho de cada vídeo pudesse ser compreendido. Na visão geral do vídeo, uma análise de inscritos obtidos, número total de visualizações e tempo de exibição dos expectadores foi realizada para que pudesse se obter uma visão geral do desempenho do vídeo e de sua tendência na plataforma.

No que diz respeito ao alcance do vídeo, foram analisados o número total de impressões (o total de vezes em que a miniatura do vídeo foi exibida para os espectadores desde sua publicação) e sua taxa de cliques. Além disso, também foram analisadas as origens do tráfego, que mostram de onde os espectadores encontraram o vídeo. Esses dados são excelentes para compreender como o vídeo foi descoberto pelos espectadores e quão eficaz a miniatura está em atrair cliques.

Para que o engajamento fossse analisado, foi realizada uma inspeção do tempo total de exibição dos inscritos

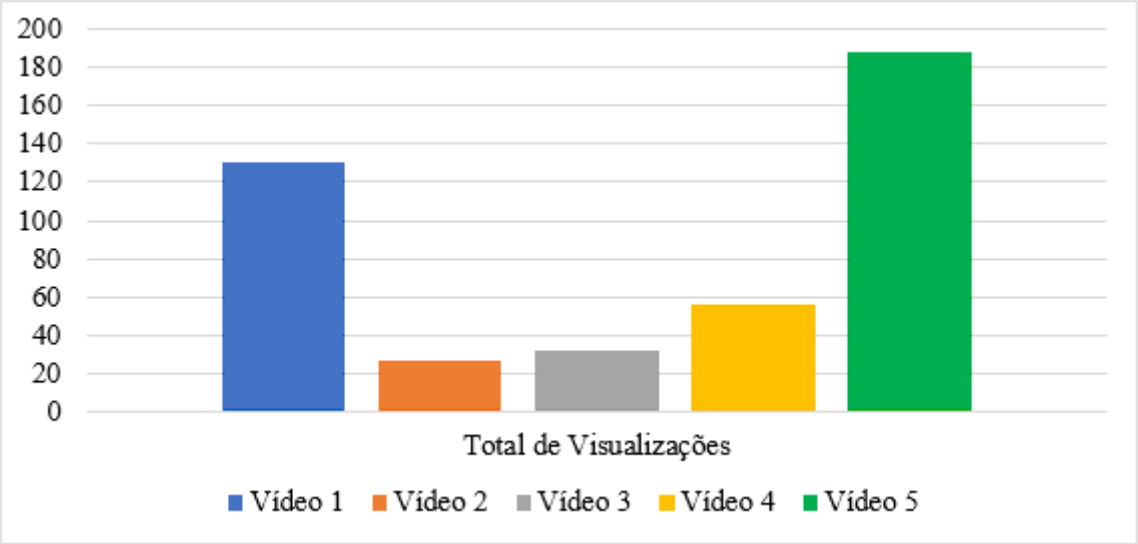
ISSN: 2447-6161

desde o envio do vídeo. Essa análise inclui uma porcentagem de usuários não inscritos e de usuários inscritos no canal. Esses dados podem fornecer um feedback sobre como o vídeo foi recebido pelos espectadores.
Essa metodologia foi repetida para todos os vídeos selecionados, permitindo que os resultados fossem anotados para serem comparados em seguida. Esta abordagem forneceu uma excelente análise que mostrou ser muito abrangente e detalhada sobre dados coletados de cada vídeo, fornecendo um retorno considerável sobre os vídeos e seu desempenho.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos resultados obtidos a partir do procedimento metodológico, foram montados gráficos a fim de comparar a apuração de cada vídeo desde o momento de sua postagem. Os gráficos produzidos foram divididos na seguinte ordem respectiva: Total de visualizações, tempo de exibição, inscrições recebidas, quantidade de impressões, porcentagem da taxa de cliques, origem do tráfego e por fim, porcentagem das exibições dos usuários inscritos e não inscritos no canal. Assim, observa-se no gráfico 1 a quantidade de visualizações dos vídeos entre os meses de abril e outubro.

Gráfico 1: Comparação do total de visualizações dos vídeos publicados na página do YouTube do Viral entre abril e outubro de 2023.



Fonte: Autores (2023).

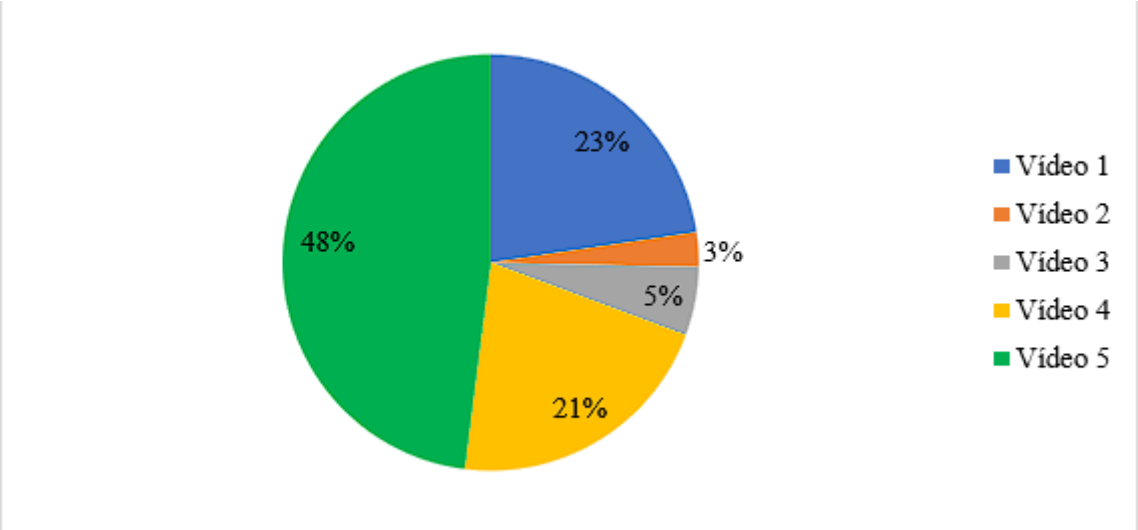
Como pode ser analisado do gráfico 1, o primeiro vídeo, postado em 13 de abril, obteve um total de 131 visualizações. O segundo vídeo, postado em 20 de abril, foi visto por 27 pessoas. O terceiro vídeo, também postado em 20 de abril, atraiu 32 visualizações. O quarto vídeo, postado em 31 de julho, foi assistido 56 vezes. Por fim, o quinto vídeo, postado em 17 de agosto, alcançou 188 visualizações, sendo oriundo principalmente de um público que não é inscrito no canal.
A análise do gráfico mostra que os três primeiros vídeos, postados em abril, tiveram visualizações baixas, indicando uma recepção morna. No entanto, o quarto vídeo, em julho, teve um aumento modesto, sugerindo possível melhoria na estratégia ou conteúdo. O quinto vídeo, em agosto, se destacou com 188 visualizações, 138 a mais que a média anterior, atribuído a conteúdo atrativo, promoção eficaz ou eventos externos, mesmo com menos tempo de compartilhamento. Isso ressalta a importância de avaliar cada vídeo individualmente e

ISSN: 2447-6161

adaptar estratégias para aumentar alcance e engajamento.

Quanto ao tempo de exibição de todos os vídeos, foram assistidas no total aproximadamente 7 horas e 30 minutos, sendo distribuída segundo o gráfico 2.

Gráfico 2: Distribuição do total de horas assistidas no canal por vídeos publicados na página do YouTube do Viral entre abril e outubro de 2023.



Fonte: Autores (2023).

Em relação ao tempo assistido, o gráfico 2 demonstra que o primeiro vídeo obteve um total de 1,7 horas. O segundo vídeo acumulou 0,2 horas de exibição. O terceiro vídeo foi visto por um total de 0,4 horas. O quarto vídeo teve 1,6 horas de exibição e o quinto vídeo acumulou 3,6 horas de tempo assistido (2,6 a mais que o habitual).

A análise do gráfico 2 reflete uma variação notável no tempo assistido aos vídeos. O primeiro vídeo obteve a maior quantidade de tempo assistido, totalizando 1,7 horas, indicando um alto nível de envolvimento por parte dos espectadores. Os três vídeos subsequentes acumularam consideravelmente menos tempo assistido, com o segundo, terceiro e quarto vídeos registrando 0,2, 0,4 e 1,6 horas, respectivamente. No entanto, o quinto vídeo se destaca notavelmente, com 3,6 horas de tempo assistido, o que representa um aumento significativo de 2,6 horas em relação à média anterior.

Outro ponto que vale destaque é que tanto o primeiro vídeo possui em 5 minutos e 10 segundos, o que representa que, em média, as pessoas que assistiram o primeiro vídeo assistiram somente os primeiros 46 segundos, enquanto no quinto vídeo se aproxima de 1 minuto e 10 segundos, indicando uma maior manuntenção do vídeo.

Quanto aos novos inscritos, no primeiro vídeo atraiu 5 pessoas para o canal. Infelizmente, o segundo vídeo não conseguiu atrair novos inscritos. Entretanto, o terceiro e o quarto vídeo conseguiram atrair 1 novo inscrito cada um, enquanto que o quinto vídeo conseguiu atrair 14 novos assinantes para o canal. Em relação ao alcance, pode-se analisar que o primeiro vídeo obteve 5,6 mil impressões. O segundo vídeo alcançou 373 impressões. O terceiro chegou a 535 impressões. O quarto a 1,2 mil e o quinto a impressionantes 3,1 mil impressões.

Os resultados apresentados revelam variações significativas no desempenho dos vídeos em termos de novos inscritos e alcance. Esses resultados destacam a importância de avaliar tanto o número de novos inscritos quanto o alcance ao analisar o sucesso de vídeos, e sugerem a necessidade de focar em estratégias que

ISSN: 2447-6161

ampliem o alcance e atraiam um público mais amplo.

Em relação ao engajamento dos inscritos e não inscritos: no primeiro vídeo tivemos uma divisão de 57,2% para não inscritos e 42,8% para inscritos. No segundo vídeo a divisão foi de 79,4% para não inscritos e apenas 20,6% para inscritos. No terceiro vídeo tivemos uma inversão com uma divisão de 37% para não inscritos e 63% para inscritos. No quarto vídeo a divisão foi praticamente igual com uma leve vantagem para os não inscritos (55,6%) em relação aos inscritos (44,4%). Por fim no quinto vídeo tivemos uma divisão distoante com uma boa vantagem para os não inscritos (82,3%) em relação aos inscritos (17,8%).

CONCLUSÕES

Em suma, é notório que o último vídeo lançado obteve mais visualizações e engajamentos em compartivo com o primeiro, mesmo com maior tempo de postagem, o que pode ser considerado um reflexo das novas metodologias de divulgação ativa em redes sociais, grupos em aplicativos de mensagens, turmas escolares e no ambiente de trabalho dos participantes do projeto. Ademais, o enfoque em divulgações em grupos familiares e turmas escolares, provou-se atrair o público alvo desejado. Diante disso, o projeto apresentou-se como uma ponte entre o conhecimento tradicional aplicado nas escolas e o adquirido no meio digital, provando-se como uma nova ferramenta educacional segura que contribui para o conhecimento do público infantil.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Unilab pelo financiamento da pesquisa intitulada VIRUSES ANIMATED LEARNING (VirAL): DESENVOLVIMENTO DE CANAL DO YOUTUBE PARA SER UTILIZADOS COMO ESTRATÉGIA DE ENSINO EM VIROLOGIA e executada entre 01/04/2023 e 31/12/2023, através do Programa de Bolsas de Extensão, Arte e Cultura (PIBEAC), da Unilab.

REFERÊNCIAS

ROCHA, M. F. A; VELOSO, W.G; BEZERRA, R. E. A; GOMES, L. A; MARCOLINO, A. B. L. O impacto da pandemia do covid-19 na saúde infanto-juvenil: um estudo transversal. Brazilian Journal of Health Review, Curitiba, v.4, n.1, p.3483-3497 Jan/Feb. 2021.

SARGIANI, R. de A.; MALUF, M. R. Linguagem, Cognição e Educação Infantil: Contribuições da Psicologia Cognitiva e das Neurociências. Psicologia Escolar e Educacional, v. 22, n. 3, p. 477-484, 2018. DOI: https://doi.org/10.1590/2175-35392018033777. Acesso em: 06/10/2023.

SOUZA, R. A. As novas tecnologias na educação: contribuições para o processo ensino-aprendizagem. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2020

GERALDI, L. M. A.; BIZELLI, J. L. Tecnologias da informação e comunicação na educação: conceitos e definições. Revista on line de Política e Gestão Educacional, Araraquara, n. 18, 2017

LOPES, Alzeni Ferreira; SANTOS, Édina Maria Batista Rangel dos; FERREIRA, Paula Joelma Soares; BRITO, Pollyana Valéria Gomes. O desafio do uso das TIC na educação infantil. Revista Pandora Brasil, n. 34, p. 170-184, set. 2011.

ISSN: 2447-6161

ISSN: 2447-6161