



**XX Colóquio Internacional de Gestão Universitária - CIGU 2021**

Universidade frente aos desafios da Pandemia:  
Cenários Prospectivos para a Gestão Universitária

Evento virtual  
24 e 25 de novembro de 2021  
ISBN: 978-85-68618-08-0



## **PROGRAMA CCA CONECTA: UM INSTRUMENTO DE APROXIMAÇÃO DA UNIVERSIDADE COM A SOCIEDADE**

**ALINE CARDOZO PEREIRA**

Universidade Federal de Santa Catarina

[aline.cardozo@ufsc.br](mailto:aline.cardozo@ufsc.br)

**ANDRESSA SASAKI VASQUES PACHECO**

Universidade Federal de Santa Catarina

[andressa.pacheco@ufsc.br](mailto:andressa.pacheco@ufsc.br)

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo apresentar os indicadores relacionados ao programa de extensão “CCA Conecta” como instrumento de aproximação da Universidade com a sociedade. O CCA Conecta é um programa de extensão promovido pelo Centro de Ciências Agrárias - CCA da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que tem como objetivo a promoção de palestras, debates e encontros científicos com transmissão ao vivo pelo canal do CCA pela plataforma de vídeos do YouTube. Os episódios dos encontros versam sobre temas de interesse da comunidade interna e externa. Os vídeos gerados pela atividade denominada “live” são armazenados no canal do YouTube do CCA e ficam acessíveis ao público em geral. Este estudo, apresenta a análise das médias das 32 *lives* geradas pelas métricas do portal Youtube em relação a Visão Geral, Envolvimento e Alcance sob o ponto de vista de três temáticas e três período em que foram classificadas as edições. Também são abordados aspectos relacionados à essa atividade de extensão como um elo entre a sociedade e a contribuição para a valorização, reconhecimento e difusão da atividade científica e da própria função social da universidade.

**Palavras-chave:** Universidade. Sociedade. Extensão universitária. Pandemia.

### **ABSTRACT**

This paper aims to present the indicators related to the extension program “CCA Conecta” as an instrument to bring the University closer to society. CCA Conecta is an extension program promoted by the Center for Agricultural Sciences - CCA of the Federal University of Santa Catarina (UFSC), which aims to promote lectures, debates and scientific meetings with live broadcast by the CCA channel on the YouTube video platform. The meeting episodes deal with themes of interest to the internal and external community. The videos generated by the activity called “live” are stored on CCA's YouTube channel and are accessible to the general public. This study presents the analysis of the average of 32 *lives* generated by the metrics of the Youtube portal in relation to Overview, Engagement and Reach from the point of view of three themes and three periods in which the editions were classified. Aspects related to this extension

activity as a link between society and the contribution to the appreciation, recognition and dissemination of scientific activity and the very social function of the university are also addressed.

**Keywords:** University. Society. University extension. Pandemic.

## 1. INTRODUÇÃO

As Universidades são instituições duradouras que remontam à Idade Média. Nos seus primórdios, foram criadas no intuito de atender a Igreja e o Estado. Haskins (2016), na obra *A Ascensão das Universidades*, relata que as instituições que hoje conhecemos, cuja estrutura significa "uma associação de mestres e estudantes dedicados a uma vida comum de estudos" (HASKINS 2016, p. 25) são o resultado de seu amadurecimento histórico. O autor ressalta que, embora as Universidades remontem ao período medieval, continuam a sua existir apesar de suas particularidades.

Como medida de política pública de combate à crise sanitária do novo Coronavírus, as atividades acadêmicas presenciais na UFSC foram suspensas a partir do dia 16 de março de 2020. O projeto de extensão CCA Conecta foi lançado nesse contexto, no segundo trimestre de 2020, enfrentando o desafio da nova realidade vivenciada pela sociedade com o agravamento da pandemia. Tal projeto foi idealizado como uma forma de fortalecimento do vínculo entre a Universidade e o seu meio social, abrindo espaços para o diálogo sobre o atual momento, além de ampliar a divulgação da estrutura e da importância da instituição. Ressalte-se que as atividades de extensão são políticas institucionais alinhadas com o planejamento estratégico da UFSC.

A extensão universitária é um dos alicerces da atuação acadêmica sendo indissociável das atividades de ensino e pesquisa (FORPROEX, 2010). O seu papel de integração entre universidade e sociedade fomenta o desenvolvimento das comunidades, contribuindo para que as instituições se mantenham aptas a corresponder às necessidades externas por meio do conhecimento proveniente das interações promovidas por essas ações, contribuindo para a formação de novos profissionais dotados de consciência social. (PDI, 2019). As atividades de extensão são políticas institucionais alinhadas ao Plano de Desenvolvimento Institucional – PDI 2020-2024, que é o documento que caracteriza a identidade da Instituição da UFSC e a sua política pedagógica institucional. (PDI, 2019).

O CCA Conecta foi registrado como uma ação de extensão no Sistema Integrado de Gerenciamento de Projetos de Pesquisa e de Extensão da UFSC, no dia 20/5/2020, sob número 202012506. Este projeto consiste na realização de encontros, debates e palestras sobre assuntos relacionados ao Centro de Ciências Agrárias, transmitidos ao vivo por meio da plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube e direcionados à comunidade interna e externa.

Cabe ressaltar que a atividade denominada “live” é uma transmissão ao vivo de áudio e vídeo na internet que possibilita a participação simultânea dos espectadores durante a sua transmissão. Nessa atividade, os usuários têm a possibilidade de interagir com envio de comentários, mensagens e sugestões e solicitações de informações sobre o assunto abordado (TECHTUDO, 2020). Imediatamente após a transmissão, o vídeo gerado pela atividade fica disponível no canal para futuras consultas, servindo como fonte de pesquisa e informação.

A pesquisa sobre a referida ação tem como recorte os 32 vídeos resultantes das edições de *lives* realizadas no período de maio de 2020 a julho de 2021.

A análise dos vídeos gerados pelo programa foi separada por três áreas temáticas e por três períodos de tempo. Foram coletados dados quantitativos relacionados aos seguintes indicadores: visão geral, alcance do vídeo e envolvimento do público. Os dados foram extraídos diretamente da plataforma YouTube, onde os vídeos estão armazenados e disponíveis para consulta.

Apresentada a introdução, os demais capítulos estão estruturados na seguinte sequência: primeiramente, a fundamentação teórica que sustenta este estudo, tendo-se por base a integração da Universidade com o meio social, dentro do contexto da pandemia. O capítulo seguinte,

“metodologia”, refere-se ao percurso metodológico realizado para a construção do artigo. No capítulo de "Resultados", são apresentados os dados métricos referentes aos 32 episódios. Por fim, a conclusão traz as principais reflexões sobre o impacto desse projeto, bem como sugestões para estudos futuros.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde a sua criação na Idade Média e ao longo das transformações da história, as universidades possuem caráter inovador, inquietador e revolucionário. A sua implantação no território brasileiro teve como premissa atender as necessidades do país e estarem vinculadas ao seu desenvolvimento econômico, social, cultural e político, sendo o local para a produção e acumulação do conhecimento e formação de cidadãos (NUNES; SILVA, 2011).

A universidade como instituição de ensino tem a competência de promover mudanças positivas na sociedade a qual se vincula, promovendo e estimulando a troca de saberes a fim de propor soluções para as questões sociais que são demandadas pelos desafios impostos pela sociedade.

O artigo 207 da Constituição Federal de 1988 (BRASIL, 1988) conferiu às universidades autonomia de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão.

Conforme Chauí (2003, p. 3), "a universidade é uma instituição social e como tal exprime de maneira determinada a estrutura e o método de funcionamento da sociedade como um todo." É nesta instituição que naturalmente percebemos com mais evidência o reflexo da sociedade, pois embasada em sua natureza de autonomia, temos contato com questões conflitantes, projetos de áreas divergentes opiniões que refletem posições contraditórias, liberdade de pensamento, entre outras questões que refletem a natureza social.

Importante salientar que os ataques políticos e sociais sofridos pelas universidades e pela própria ciência são resultados da limitação em se reconhecer as ações de pesquisa e extensão que ocorrem concomitantemente às atividades de ensino. Esse fenômeno é o reflexo da visão do Estado, conforme reforça Chauí (2003), classifica a educação não como um direito de todos e um serviço público a que os cidadãos podem ter acesso, mas como um serviço passível de ser privatizado. Este é o reflexo que a autora também aborda, relatando que as políticas neoliberais transformaram a universidade de instituição social para uma organização social, fundamentada em sustentar os interesses capitalistas e como consequência gerando o enfraquecimento de sua autonomia.

Como forma de exemplificar a relação das universidades com a sociedade, podemos citar uma pesquisa divulgada em setembro de 2020 que aponta a atuação das universidades públicas na pandemia. O estudo Universidades Públicas Federais no Enfrentamento ao Coronavírus: Mobilização e Construção de Capacidades e Lições Aprendidas é o resultado do levantamento com 69 universidades públicas federais em todas as regiões do país.

A pesquisa foi realizada no período de 15 de março a 1º de maio de 2020, contemplando dados referentes ao período de 31 de janeiro a 1º de maio de 2020. Foram levantadas somente durante esse período 1.167 ações realizadas pelas Universidades Federais em relação às seguintes capacidades: pesquisa, criação e disseminação de informações e apoio à população sobre o vírus e seus impactos sociais, produção de insumos para combate e monitoramento do coronavírus, realocação de recursos para apoio ao combate ao coronavírus, formação técnica e de propor soluções de gestão e políticas públicas (ALVES FILHO; ARAÚJO; MACEDO; ARAÚJO, 2020). Somente com estes indicadores levantados podemos nos certificar do alcance e importante impacto positivo desta relação entre a universidade e sociedade.

Sendo a universidade a fonte de produção, acumulação e disseminação de conhecimento, é por meio da extensão universitária que ocorre a integração com a sociedade. É a extensão universitária o caminho que possibilita a vinculação com a sociedade na medida que ocorre a integração, troca e aplicação de saberes possibilitando aos discentes reconhecer seu papel como agente de transformação social. A aplicação na prática do ensino levada a luz às demandas sociais para o aperfeiçoamento da ciência e conseqüentemente benefício social caracteriza os discentes como atores de transformação social. Ações de extensão universitária realizada com a comunidade favorece a transmissão e compartilhamento de conhecimentos gerados nas universidades, provenientes da pesquisa e do ensino.

Rodrigues *et al* (2013) deixam mais claro como a extensão universitária contribui com a sociedade na medida em que aborda que para inovar os conhecimentos é necessário aprimorar os conhecimentos existentes e a aprender o novo. Os acadêmicos ao saírem da sala de aula e realizarem essa aplicação prática com as pessoas, os confere essa vivência com a assistência, que promove melhora na qualidade de vida das pessoas. Ele ainda conclui que “... a extensão universitária é de suma importância tanto para a universidade, que ganha mais credibilidade; quanto para o aluno, que aprende muito mais realizando extensão (transmitindo conhecimentos); e, também, para a sociedade que adquire benefícios” (RODRIGUES *et al*, 2013, p. 147).

As políticas acadêmicas de extensão são construídas no Fórum de Pró-Reitores de Extensão das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras. Esta entidade atua na articulação e definição de políticas acadêmicas de extensão, comprometida com a transformação social para o pleno exercício da cidadania e o fortalecimento da democracia. (FORPROEX, 2012).

Dentre os objetivos da política de extensão, estão ações voltadas para o engajamento da universidade com a sociedade em doze grandes objetivos. Dentre alguns deles podemos citar o de reafirmar a extensão acadêmica voltada para as exigências da realidade e como indispensável para a formação do estudante, qualificação do docente e intercâmbio com a sociedade. Outro objetivo relevante é o de contribuir para que a extensão universitária seja parte da solução dos grandes problemas sociais do Brasil prevendo a importância e o impacto social das ações de extensão.

O fortalecimento da extensão está previsto em uma estratégia do Plano Nacional de Educação (PNE) 2014-2024. A Resolução CNE/CES nº 7 estabelece as diretrizes para a extensão na Educação Superior Brasileira. A partir da homologação da resolução, os cursos de graduação passaram a ter a obrigatoriedade o período de três anos para se adequarem de forma a assegurar que no mínimo 10% do total de créditos curriculares dos cursos de graduação seja oferecido dentro da grade curricular dos cursos. Em despacho de 24 de dezembro, a data limite para implantação da extensão nos currículos dos cursos de graduação das IES brasileiras passou a ser 19 de dezembro de 2022. (BRASIL, 2014).

Com essas medidas de adequação em um futuro muito próximo, já podemos vislumbrar as universidades potencializando ainda mais o seu vínculo com a sociedade, reforçando o seu papel de agente de transformação social e fortalecendo a importância em seu meio.

Nesse contexto, o CCA Conecta consiste em uma ação de extensão que se vincula com a sociedade, na medida em que apresenta pesquisas, ações e abre espaço para debates com a comunidade. Sendo assim, promover a divulgação científica e o compartilhamento de experiências e conhecimento entre a universidade e a sociedade são os objetivos primordiais que justificam a realização desse projeto.

De acordo com Santos (2000, p. 29), “a pandemia e a quarentena estão a revelar que são possíveis alternativas e que as sociedades se adaptam a novos modos de viver quando tal é necessário e sentido como correspondendo ao bem comum”.

A realização de atividades aliadas à tecnologia, com a possibilidade de interação com o público em geral, está se tornando uma alternativa cada vez mais utilizada em todas as áreas.

Importante salientar que o uso da linguagem audiovisual passou a ser ainda mais dominante devido às restrições físicas e às medidas de isolamento social decretadas pelo poder público. Assim, não havendo perspectivas quanto à resolução da crise sanitária, unir conhecimento, promover a interação e a comunicação com a comunidade interna e externa torna-se cada vez mais necessário, inclusive para levar ao conhecimento da sociedade as ações desenvolvidas dentro da universidade.

### **3. METODOLOGIA**

O presente estudo classifica-se por pesquisa qualitativa. De acordo com Gil (2010), este tipo de pesquisa tem a característica de ser menos formal que a pesquisa quantitativa, e consiste também na categorização e interpretação dos dados.

O método utilizado foi o estudo de caso, que “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados.” (GIL; 2010, p. 54).

Em relação à coleta de dados, podemos citar a pesquisa documental, visto que foram coletados dados de relatórios gerados automaticamente pelo YouTube onde estão hospedados os vídeos. O YouTube gera relatórios que apontam dados relativos ao desempenho dos vídeos e que ajudam a conhecer o público e o alcance do canal. (MBLABS, 2021).

Foram retirados dados dos relatórios referentes aos 32 vídeos, tendo-se por base a visão geral, o alcance e o envolvimento do material.

A guia Visão Geral apresenta um resumo do desempenho do canal e dos vídeos (YOUTUBE, 2021). Dentre as métricas disponibilizadas no relatório, foram selecionados os dados relativos às visualizações da data de envio do vídeo até o dia 25/08/2021, visualização da data do envio do vídeo até uma semana após o seu envio, número de inscritos por meio do vídeo, mensagens de *chat*, pico de espectadores instantâneos.

Já o relatório relativo ao alcance apresenta um resumo de como o público está descobrindo o canal (YOUTUBE, 2021). Foram coletadas métricas referentes a impressões do lançamento, taxa de cliques de impressões e visualização de impressões.

Os dados relativos ao envolvimento, apresentam um resumo do tempo que o público passa assistindo aos vídeos (YOUTUBE, 2021). Referente a análise deste campo, foram coletados dados sobre o tempo de exibição, duração média da visualização e porcentagem visualizada.

## **4. ANÁLISE DO PROGRAMA CCA CONECTA**

### **4.1. CARACTERÍSTICAS GERAIS**

O programa CCA Conecta foi lançado no 28 de maio de 2020 e até o mês de julho de 2021 totalizou 32 edições, que aqui denominados "*lives*". O lançamento do programa ocorreu paralelamente ao lançamento do canal do YouTube do CCA. Esse novo canal de comunicação, tal qual remete o seu nome, procura ser um instrumento de conexão entre a universidade e a sociedade. Importante ressaltar que a conexão se dá pela troca de conhecimentos levados por membros da comunidade interna e externa, com informações científicas trazidas por profissionais de referência científica em sua temática. Além disso, o projeto procura fomentar

a articulação e o engajamento da comunidade, seja acadêmica ou não, coletivizando o acesso aos conhecimentos, divulgando os serviços oferecidos pela instituição no âmbito do CCA e incentivando a interdisciplinaridade entre as áreas.

As 32 edições do programa CCA Conecta totalizaram 45:56:05 horas de exibição de vídeos. O quantitativo total de visualizações das 32 *lives* foram de 8.194, sendo a média de 256 por episódio. Este indicador, para ser computado, indica que o espectador assistiu a um período do episódio. Porém o YouTube não especifica qual tempo para este indicador ser computado (MABLABS, 2021).

Participaram expondo conteúdo de suas áreas de atuação, 117 membros da comunidade interna e externa. Nessa distribuição, 97 possuem vínculo com o CCA/UFSC, entre docentes, discentes, servidores, egressos e professores aposentados. Ainda, no âmbito UFSC, porém de outros *campis* e centros de ensino, participaram 11 membros da comunidade, entre docentes, discentes e servidores técnicos-administrativos. Entre os conferencistas, totalizaram 9 pessoas que contribuíram com o CCA Conecta expondo temas de seus domínios e que pertencem a órgãos externos.

**Figura 1 – Dados gerais do projeto**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

## 4.2. TEMÁTICAS E PERÍODOS

As 32 edições do CCA Conecta foram classificadas em 3 grandes temáticas: Estrutura e Serviços, Pandemia e Projetos e Pesquisa.

**Quadro 1 – Classificação das lives por tema**

<b>Classificação por Temática</b>	
<b>Estrutura e serviços</b>	
Agronomia	1
Aquicultura	4
Discentes	1
Interdisciplinar	6
<b>Total</b>	<b>12</b>
<b>Pandemia</b>	
Sociedade	5
Discentes	2
<b>Total</b>	<b>7</b>
<b>Projetos e Pesquisas</b>	
Agronomia	4
Aquicultura	2
Ciência e Tecnologia de Alimentos	2
Interdisciplinar	1
Zootecnia	4
<b>Total</b>	<b>13</b>
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>

Fonte: Elaborado pela autora, (2021).

As edições classificadas na temática Estrutura e Serviços oferecidos pelo CCA/UFSC, incluem episódios ("*lives*") sobre a estrutura, serviços e pesquisas das unidades externas do CCA, núcleos de pesquisa, serviços de assistência estudantil, entre outros relacionados a este tema e que totalizaram 12 episódios.

As 7 edições de "*lives*" classificadas na temática "Pandemia" destacam-se por relatos de membros da comunidade que estavam em intercâmbio fora do país, debates e experiências sobre avaliação na pandemia, inclusive para dar boas-vindas aos calouros em período de atividade não presencial.

Já nas 13 edições classificadas em "Projetos e Pesquisas", foram realizadas "*lives*" relativas às quatro áreas do CCA: 4 da Agronomia, 2 da Aquicultura, 2 da Ciência e Tecnologia de Alimentos e 4 da Zootecnia, e 1 classificada por "Interdisciplinar", por abranger diferentes áreas. Podemos exemplificar nessa categoria os debates sobre produção e consumo de alimentos orgânicos, registros de patente de um produto proveniente de uma pesquisa do CCA, viabilidade sobre o cultivo de algas *kappaphycus alvarezii*, entre outros.

**Quadro 2** – Classificação das *lives* por período

<b>Classificação por Período</b>
<b>Período 1</b>
<b>28/05/2020 a 27/08/2020</b>
Lançamento do programa até antes do início das atividades pedagógicas não presenciais
<b>Total: 13 lives</b>
<b>Período 2</b>
<b>29/10/2020 a 20/05/2021</b>
Período das atividades pedagógicas não presenciais até fim do ano letivo 2020.2
<b>Total: 13 lives</b>
<b>Período 3</b>
<b>27/05/2021 a 20/07/2021</b>
Início do ano letivo 2021.1 até julho de 2021
<b>Total: 6 lives</b>

**Fonte:** Elaborado pela autora (2021)

Para a análise comparativa por período foram selecionados três marcos do período de maio de 2020 a julho de 2021.

Conforme apresentado no quadro 2, o primeiro período corresponde a 28/05/2020 a 27/08/2020 onde foram realizadas 13 *lives*. Este período tem como marco a primeira *live* que promoveu o lançamento do canal de Youtube do CCA até antes do início das atividades pedagógicas não presenciais.

Já o segundo período foi o recorte que teve como marco o início das atividades não presenciais até o fim do período letivo de 2020.2. Neste período, de 29/10/2020 a 20/05/2021 foram realizadas 13 *lives*.

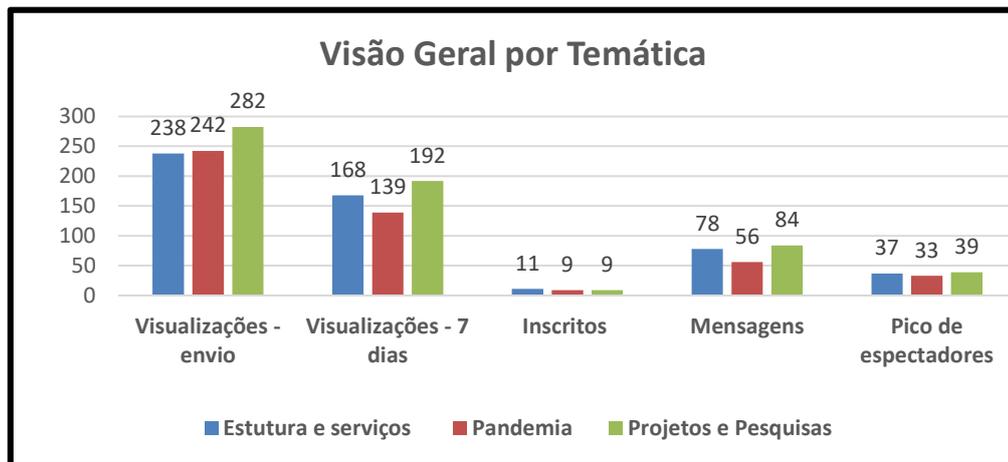
Já o último período analisado, teve o recorte de média de 6 *lives* que aconteceram do início do ano

### 4.3. AVALIAÇÃO DAS MÉTRICAS DO YOUTUBE

#### 4.3.1. Guia visão geral

Na análise dos episódios na classificação por tema, com base nas médias dos indicadores apresentados na figura 2, as edições que tiveram mais visualizações foram as relacionadas a projetos e pesquisas, com 282 visualizações, seguido pela temática pandemia e estrutura e serviços, com respectivas 242 e 238 visualizações. Avaliando a mesma categoria, porém em um recorte de uma semana de visualizações, a temática projetos e pesquisas manteve seu indicador de maior visualização com uma média de 192, e alternando com o período anterior, a temática de estrutura e serviços teve uma média de 168 visualizações, seguida pela temática pandemia, com 139 visualizações.

**Figura 2 – Visão geral das *lives* por temática**



**Fonte:** Elaborado pela autora (2021)

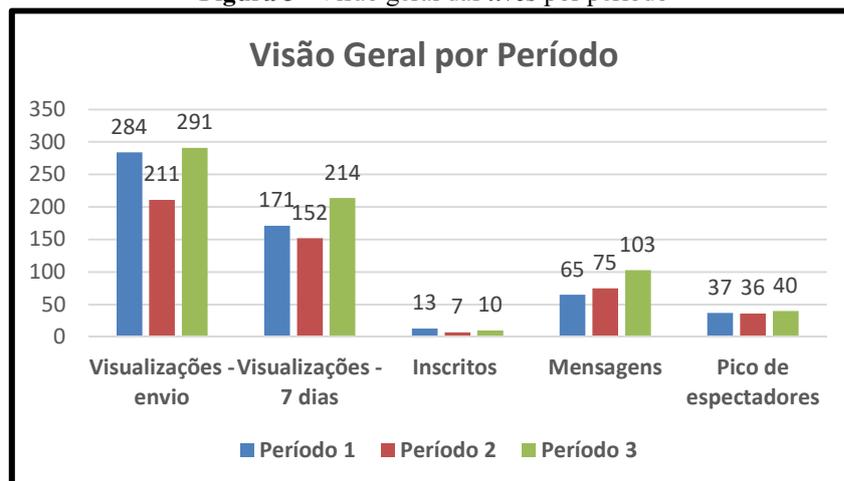
Em relação a inscritos no canal, os episódios que mais atraíram usuários foram os relacionados a Estruturas e Serviços oferecidos pelo CCA/UFSC, atraindo 11 inscritos ao canal, seguido pelas 2 temáticas que atraíram o mesmo quantitativo: 9 usuários.

O engajamento de usuários analisando sob o indicador de mensagens enviadas durante a transmissão ao vivo pelos usuários, a temática projetos e pesquisas teve mais interação com o envio de 84 mensagens, seguido por estrutura e serviços com 78 e pandemia com 56 mensagens.

Em relação a pico de espectadores simultâneos, as *lives* relacionadas a projetos e pesquisas, tiveram mais participantes, sendo 39 espectadores, seguidos por 37 relacionados a estrutura e serviços e 33 nas temáticas sobre pandemia.

As análises sobre duração média de visualização e a sua proporção em porcentagem visualizada média será descrita no tópico alcance que traz os mesmos indicadores que os analisados nesta temática.

**Figura 3– Visão geral das *lives* por período**



**Fonte:** Elaborado pela autora (2021)

Analisando os vídeos pelo parâmetro período, a maior média de visualizações ficou concentrada no 3º período, tanto em relação de visualizações desde a realização da *live* até a primeira semana, com respectivas 291 e 214 visualizações. O primeiro período teve a

concentração de uma média de 284 visualizações desde o envio do vídeo e de 171 visualizações na primeira semana. Já o segundo período no quesito visualizações teve uma performance de uma média de 211 visualizações desde o envio e 152 visualizações após uma semana.

A média de inscritos teve um índice melhor no primeiro período, ocasião que coincide com o do lançamento do canal, com uma média de 13 inscritos, seguidos pelo 3º período com a média de 10 inscritos e segundo período que atraiu um menor índice de inscritos, com uma média de somente 7 inscritos.

No quesito interação, avaliado pelos indicadores de mensagens e pico de espectadores, o período 3 teve melhor performance, com o envio de 103 mensagens e pico de 40 espectadores por *live*. No 2º e 3º período, concentrou respectivamente uma média de 75 e 65 mensagens e pico de 37 e 36 espectadores.

### 4.3.2. Alcance

De acordo com o site de ajuda do Youtube, as métricas do guia Alcance possibilita saber como o público encontra o conteúdo. Nesta análise foram extraídos do relatório Youtube, os dados relacionados a impressão de lançamento, taxa de clique de impressões e visualização de impressões dos vídeos.

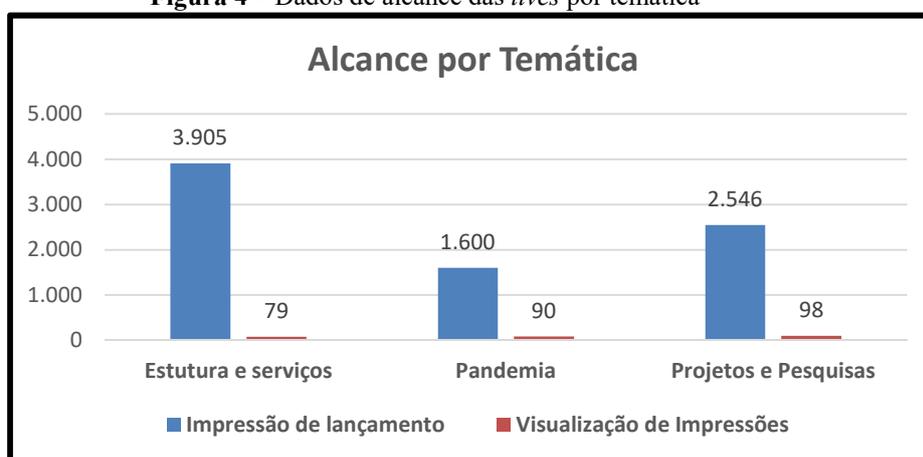
As impressões de lançamento são a quantidade de vezes em que as miniaturas dos vídeos foram exibidas aos espectadores por mais de um segundo e com uma visibilidade de ao menos 50%. Este indicador não inclui casos em que o conteúdo é encontrado por meio de fontes externas, como incorporado a sites, blogs ou mídias sociais, ou de notificações do Youtube. (CREATORACADEMY, 2021).

Cada impressão é uma oportunidade de alcançar uma visualização e é computada imediatamente após o espectador clicar na miniatura, e computada. No estudo iremos mostrar as visualizações de impressões. (CREATORACADEMY, 2021).

A taxa de cliques de impressões mostra a porcentagem das suas impressões no YouTube que resultaram em visualizações. Ela serve para avaliar com que frequência os espectadores assistiram um vídeo depois de ver a impressão. É importante saber que, embora algumas das suas visualizações sejam originadas de impressões, outras podem vir de origens que não são consideradas impressões. (CREATORACADEMY, 2021).

Para este indicador, vamos apresentar a performance avaliada em relação a temática e a período:

Figura 4 – Dados de alcance das *lives* por temática



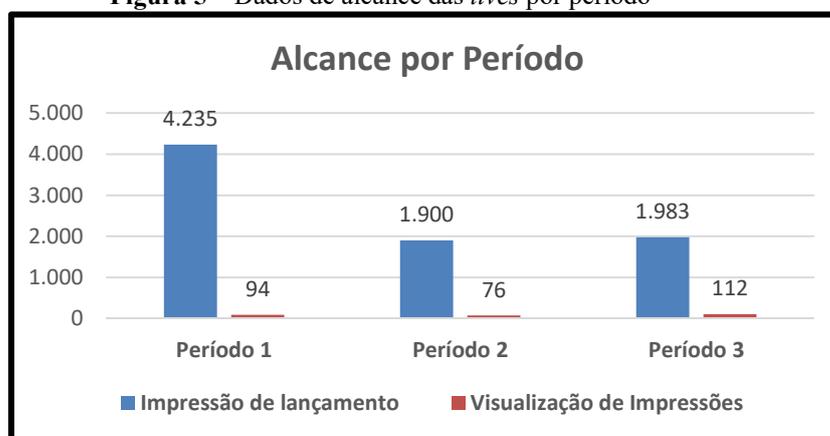
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

A figura 4 apresenta os dados dos vídeos classificados com as 3 temáticas. Neste parâmetro, os vídeos relativos à estrutura e serviços oferecidos pelo CCA/UFSC tiveram uma impressão de lançamento com uma menor proporção de taxa de clique de impressão, sendo 3.905 a média de impressão de lançamento das *lives* desta temática e 79 visualizações de impressões, sendo de 3,10% a média de taxa de clique de impressão.

Os vídeos relativos a Projetos e Pesquisa, tiveram a performance de 2.546 impressões de lançamento equivalente a 98 cliques, equivalente de uma média de 4,3% de taxa de clique de impressão.

As *lives* da temática pandemia que pela proporção de média/impressão teve um melhor desempenho já que das 1.600 médias de impressão de lançamento foram convertidos em uma média de 90 visualização de impressões, tendo a melhor média de taxa de cliques: 5,4%.

**Figura 5 – Dados de alcance das *lives* por período**



**Fonte:** Elaborado pela autora (2021)

Em relação ao seu período de lançamento, a maior taxa de impressão de lançamento foi no período 1, que corresponde ao seu período de lançamento do canal, porém com menor taxa proporcional de visualização de impressões. Os indicadores são, simultaneamente 4.235 impressões de lançamento e 94 visualizações, correspondendo a média de taxa de cliques de 3,6%.

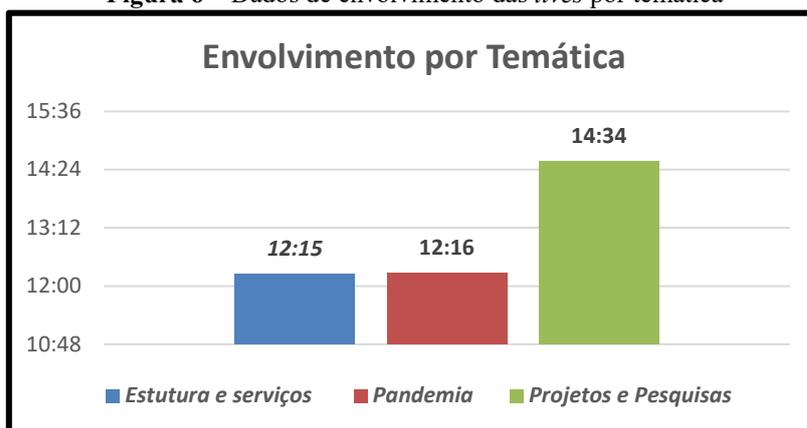
O segundo período converteu a média de 1.900 impressões de lançamento na média de 76 visualizações de impressões, equivalente a .4,0%.

O melhor alcance foi identificado nas *lives* realizadas no 3º período, visto que a média de taxa de clique de impressão foi de 5,3%, correspondente a 1.983 impressões de lançamento que resultaram em 112 visualizações.

### **4.3.3. Envolvimento**

As métricas relativas a envolvimento são relativas à duração média de visualização e porcentagem visualizada. A duração média de visualização corresponde ao tempo que os usuários se mantiveram assistindo os vídeos durante a transmissão. Este indicador sinaliza se o público está assistindo os vídeos até o final ou abandonam a audiência antes do fim. (MLABS, 2021). Este indicador também é apresentado na Guia Visão Geral dos vídeos.

**Figura 6 – Dados de envolvimento das *lives* por temática**



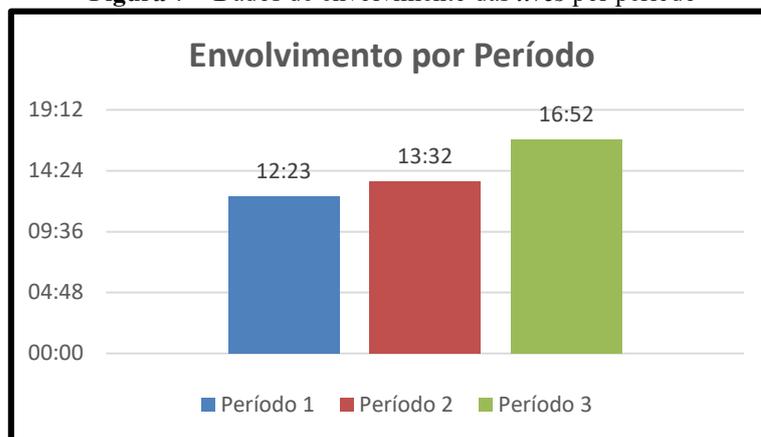
Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Analisando as categorias de vídeo relacionada às três temáticas, pode-se constatar ao observar a figura 6, que as *lives* referentes a Projetos e Pesquisas apresentaram uma média de 14:34 minutos do tempo que o espectador ficava assistindo o vídeo, correspondendo a 16,3% do tempo.

As *lives* com a temática Estrutura e Serviços e Pandemia tiveram uma média de diferença de apenas 1 segundo: 12:15 e 12:16 segundos respectivamente.

O que podemos observar é que nos indicadores gerados pelo Youtube em relação à média de porcentagem visualizada, a porcentagem média das *lives* de estrutura e serviços foi de 16,5% e das *lives* de pandemia a proporção foi de 16,3%.

**Figura 7 – Dados de envolvimento das *lives* por período**



Fonte: Elaborado pela autora (2021)

Analisando a métrica pelos três períodos, podemos ver que a média mais alta de visualização foi no terceiro período, que teve um indicador de uma média de 16:52 minutos, porém a sua equivalência corresponde a 14,5% da porcentagem visualizada.

O período 2 gerou uma média de visualização de 13:32 minutos com uma equivalência de 18,3% da taxa de visualização.

Concluindo a análise referente ao alcance dos vídeos, a figura 7 apresenta que no período 1 a média de visualização dos vídeos foi de 12:23, o equivalente a 15,8% do tempo visualizado.

## 5. CONCLUSÃO

As transformações decorrentes da pandemia ensejaram uma readaptação em todas as áreas do conhecimento humano, principalmente no que tange à interrupção do convívio social, em face das medidas de isolamento decretadas como forma de prevenção do contágio da Covid-19, a qual, diga-se de passagem, já causou quase 600.000 mortes no país.

Na Universidade Federal de Santa Catarina, assim como na maior parte das instituições, as atividades presenciais encontram-se interrompidas desde o dia 16 de março de 2020, fato este que traz consequências e sequelas que ainda vão perdurar por um longo tempo, conforme indicam os estudos científicos sobre o assunto.

Tendo em vista o papel da universidade como instituição social, o presente projeto foi criado como uma forma de suprir a demanda gerada pela crise sanitária, não apenas como medida de prevenção de contágio do novo Coronavírus, mas, também, como uma forma de fortalecimento do vínculo entre a Universidade e o seu meio social, abrindo espaços para o diálogo sobre o atual momento, além de ampliar a divulgação da estrutura e da importância da instituição.

Analisando-se os dados quantitativos e qualitativos do programa CCA Conecta, as 32 edições realizadas de maio de 2020 a julho de 2021, resultaram na produção de 45:56:05 horas de vídeos disponíveis no canal de Youtube do Centro de Ciências Agrárias.

O total de visualizações foi de 8.194 pessoas, sendo a média de 256 espectadores por episódio.

Os encontros envolveram 117 pessoas da comunidade interna e externa.

As métricas apontadas pelo relatório do canal Youtube, indicam que os vídeos da temática de projeto e pesquisa tiveram maior concentração de audiência, engajamento com base no indicador mensagens de chat e pico de espectadores. Em relação a inscritos, a temática Estruturas e Serviços atraíram mais usuários.

Em relação aos três períodos, pode-se constatar que terceiro período analisado concentrou um maior número de visualizações tanto a longo prazo (desde o envio) e a curto prazo, quando se analisou a média após uma semana do envio do vídeo.

A média de inscritos teve um índice melhor no primeiro período, ocasião que coincide com o do lançamento do canal. A interação com o público teve uma melhor performance no 3º período, concentrando a maior troca de mensagens e pico de espectadores.

Em relação ao alcance, os vídeos da temática Estrutura e Serviços obtiveram maior impressão de lançamento maior, porém com menor proporção de taxa de clique de impressão.

Já os vídeos com a temática Pandemia, pela proporção de média/impressão teve um melhor desempenho já que das 1.600 médias de impressão de lançamento, 90 foram convertidos para visualização.

O período que teve a maior taxa de impressão de lançamento foi o primeiro período corresponde ao seu período de lançamento do canal, porém com menor taxa proporcional de visualização de impressões. Já o 3º período teve um melhor alcance, visto que das 1.983 impressões resultaram em visualizações, o que corresponde a taxa de clique de impressão de 5,3%.

Analisando a categoria Envolvimento, os vídeos referentes a projetos e pesquisas, apresentaram uma média de 14:34 minutos de visualização correspondente a 16,3% do total do tempo total do vídeo. Neste indicador, a média mais alta de visualização foi no terceiro período, que teve um indicador de 17:27 minutos.

Os indicadores apresentados no decorrer do presente estudo apontam a potencialidade do projeto CCA Conecta em relação a sua integração com a sociedade. Importante ressaltar a diversidade de temas e a alta qualificação dos participantes, que se dispuseram a partilhar seu conhecimento e a sua experiência profissional, favorecendo a divulgação científica não apenas ao seu meio acadêmico, como o público em geral.

O CCA Conecta com as devidas adaptações e melhoramentos, poderá tornar-se um projeto permanente e servir de modelo a outras instituições, mesmo depois de superada a crise sanitária mundial. Sugere-se ainda que em estudos futuros se apliquem instrumentos de coleta de dados com o objetivo de conhecer o perfil do espectador e seus interesses, bem como levantar informações para o aperfeiçoamento do projeto.

**É inequívoco que iniciativas do gênero não apenas constroem um elo entre a instituição e a sociedade como, também,** contribuem para a valorização, reconhecimento e difusão da atividade científica e da própria função social da universidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES FILHO, Antonio; ARAÚJO, Fabio Resende de; MACEDO, Marconi Neves; ARAÚJO, Marlene Arlete Duarte de. **Universidades Públicas Federais ao Enfrentamento do Coronavírus: mobilização e construção de capacidades e lições aprendidas.** Natal: Edufrn, 2020. 110 p. Disponível em: <https://www.adurn.org.br/secretaria/arquivos/14b63c38fa57e479b75142a95f51feae.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021

BRASIL (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília. Recuperado em 01 de setembro de

BRASIL.Ministério da Educação.Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. **Resolução nº. 7,de 18 de dezembro de 2018.** Brasília-DF: MEC, 2018

CANAL CCA. YouTube: <Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCwXC3XBf0xjVgdy8avMSuUA>>. Acesso em: 20 a 24 ago. 2021.

CHAUÍ, Marilena. **A Universidade Pública sob Nova Perspectiva**», Conferência de abertura da 26ª reunião Anual da ANPED, Poço de Caldas, 5 de outubro de 2003.

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DE EXTENSÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS – FORPROEX, 2010, Belo Horizonte. Extensão Universitária: organização e sistematização. Belo Horizonte: COOPMED, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.  
HASKINS, Charles Homer. **A Ascensão das Universidades.** Balneário Camboriú, SC: Livraria Danúbio Editora, 2015.

MLABS. **Entenda como analisar o seu desempenho pelas métricas do YouTube Analytics.** Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/youtube-analytics/> Acesso em: 21 ago. 2021.

NUNES, Ana Lucia de Paula Ferreira; SILVA, Maria Batista da Cruz. A extensão universitária no ensino superior e na sociedade. **Mal-Estar e Sociedade**, Barbacena, n. 7, p. 119-133, jul. 2011. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/gtic-malestar/article/view/60/89>. Acesso em: 12 out. 2021.

Rodrigues et al (2013)

SANTOS, Boaventura de Souza. **A Cruel Pedagogia do Vírus**. Coimbra: Almedina, 2020.

RODRIGUES, Andréia Lilian Lima *et al.* CONTRIBUIÇÕES DA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA SOCIEDADE. **Cadernos de Graduação: Ciências Humanas e Sociais**, Aracajú, v. 1, n. 16, p. 141-148, mar. 2013. Disponível em: <https://periodicos.set.edu.br/cadernohumanas/article/view/494/254>. Acesso em: 10 out. 2021.

TECHTUDO. **O que é uma live.** Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/03/o-que-e-uma-live-saiba-tudo-sobre-as-transmissoes-ao-vivo-na-internet.ghtml> Acesso em: 20 ago. 2021.

YOUTUBE CREATOR ACADEMY. **Academy.** Disponível em: <https://creatoracademy.youtube.com/page/home?hl=pt-BR> ANALYTICS [Acesso em: 20 ago. 2021.

\_\_\_\_\_. (UFSC). PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO. Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://proex.ufsc.br/>. Acesso em 29 ago. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC). Plano de Desenvolvimento Institucional 2020-2024. Florianópolis, 2019