

UTILIZAÇÃO DE WEBSITE COMO ESTRATÉGIA PARA A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DE ASSUNTOS RELACIONADOS AO AGRONEGÓCIO

Isadora de Ávila Caixeta^{1*}, Gustavo Roberto Dias Rodrigues², Laura Vaz de Souza², Eduarda da Silva Oliveira², Naiara Cristina dos Santos Silveira³, Janine França⁴ e Camila Raineri⁴.

¹Zootecnista – Universidade Federal de Uberlândia - UFU – Uberlândia/MG – Brasil – *Contato: aisa.caixeta@gmail.com

²Discente de Zootecnia – Universidade Federal de Uberlândia - UFU – Uberlândia/MG – Brasil

³Discente no Programa de Pós-Graduação em Ciências Veterinárias – Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – Belo Horizonte/ MG– Brasil

⁴Docente do Curso de Zootecnia – Universidade Federal de Uberlândia- UFU – Uberlândia/MG – Brasil

INTRODUÇÃO

Com a criação da internet, pode-se dizer que mudou completamente a maneira de unir informações. Uma das áreas que obteve proveito foi a ciência, visto que a evolução dos meios de comunicação facilitou a exposição de publicações contendo conhecimento científico por meio de artigos¹. Assim, a qualidade dessas informações obtidas principalmente durante a graduação auxilia em vários aspectos da vida profissional, tendo em vista as inúmeras fontes de informações disponíveis atualmente². As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) podem gerar novos meios de interações para a divulgação de estudos por meio de instrumentos tecnológicos, sendo fundamentais para contribuir com o avanço da ciência³.

Neste sentido, a criação de *websites* acadêmicos possui o intuito de proporcionar maior conhecimento a profissionais em formação, assim como para outros tipos de públicos. Além disso, pode ser também uma alternativa para o compartilhamento de experimentos e práticas de pesquisas realizadas pela comunidade nacional e internacional⁴. De forma específica no agronegócio, a demanda por informações técnicas, atuais e de fácil acesso é crescente, sendo a internet um excelente meio de comunicação e em constante crescimento⁵. Todavia, as informações geradas pela universidade podem não chegar com facilidade à comunidade, causando assim uma problemática na disseminação do conhecimento científico⁶.

Nesse contexto, em 2018 o Laboratório de Estudos em Agronegócios (LEA) da FAMEV/UFU criou um website com o objetivo de integrar diferentes projetos de pesquisa e extensão voltados para a produção e divulgação permanente de resultados de pesquisas desenvolvidas pelos membros do laboratório. Por essa razão, esta pesquisa teve como objetivo analisar os acessos e o perfil dos visitantes do *website* do LEA.

METODOLOGIA

Foi realizada uma análise descritiva e gráfica em relação a quantidade de acessos do *website* do Laboratório de Estudos em Agronegócios (<https://www.laboratorioagronegocios.com/>). O *website* foi criado no ano de 2018 e teve seu design reformulado no ano de 2022, onde sua estrutura foi inteiramente refeita visando uma melhor estética do domínio e aumento de informações dispostas.

O período de análise correspondeu a um intervalo de 5 anos de observações, entre as datas 01 de março de 2018 à 31 de março de 2023. Os dados foram coletados pela plataforma Wix e as métricas analisadas foram: i) número total de acesso do site, ii) plataforma de acessos iii) principais páginas visitadas e iv) países e cidades onde tiveram mais acessos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

No presente estudo foi possível analisar o tipo de dispositivo utilizado, assim como as visualizações, sessões do site e visitantes únicos para cada tipo de aparelho que o usuário possa ter utilizado, conforme Tabela 1. Assim, 69% das visualizações ocorreram por meio do *desktop*, demonstrando que em sua maioria o público preferiu acessar o website pelo computador ao invés do celular, com apenas 31% das visualizações. Este tipo de informação auxilia como guia em relação as melhorias que necessitam ser feitas para que os usuários tenham uma melhor utilização do site via *mobiles* e outros dispositivos⁷.

Tabela 1: Tipo de dispositivo e sessões do site (Fonte Autoral)

Tipo de dispositivo	Visualizações	Sessões do site	Visitantes únicos
---------------------	---------------	-----------------	-------------------

Desktop	2.631	760	381
Mobile	1.178	344	262

Assim, se verifica que o *site* tem uma maior interação quando acessado pelo computador, mas consta com um público que o acessa pelo celular, reforçando a necessidade de realização de melhorias para que ambos usuários tenham acesso a plataforma de forma interativa. Além desse resultado, outra estratégia de inferência sobre o acesso do público é por meio das visualizações e visitantes únicos, sendo essa última forma se referindo a contagem real de cada pessoa independentemente da quantidade de visualizações feitas em determinado tempo⁸. Assim, as figuras 1 e 2 demonstram, respectivamente, as visualizações ao longo dos 5 anos e os visitantes únicos.

Figura 1: Visualizações ao longo dos anos (Fonte Autoral)

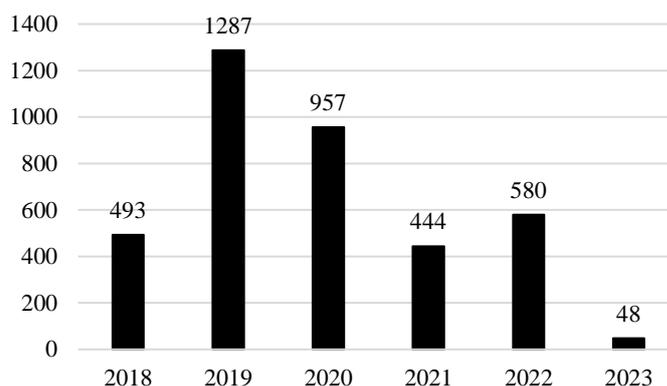
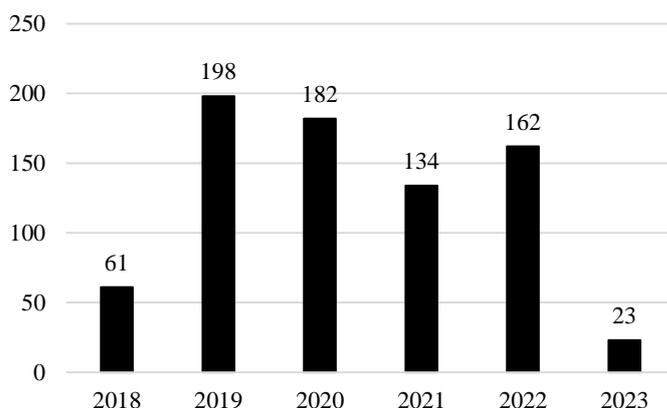
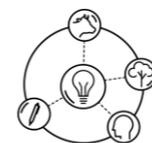


Figura 2: Visitantes únicos por ano (Fonte Autoral)



Os anos que obtiveram maiores acessos foram os anos de 2019, 2020 e 2022 nos quais foram realizadas maiores atualizações e divulgações do *website*. Além disso, o ano de 2019 se destaca por ter sido o ano em que houve maior alcance de visualizações e de visitantes únicos. Apesar da queda de visualizações nos anos seguintes, os visitantes únicos obtiveram uma sequência com menor variação quando comparação as visualizações totais, apresentando apenas uma queda maior em 2021, mas crescendo novamente em 2022, ano em que ocorreu a última atualização e mudança de *layout* do site.

XI Colóquio Técnico Científico de Saúde Única, Ciências Agrárias e Meio Ambiente

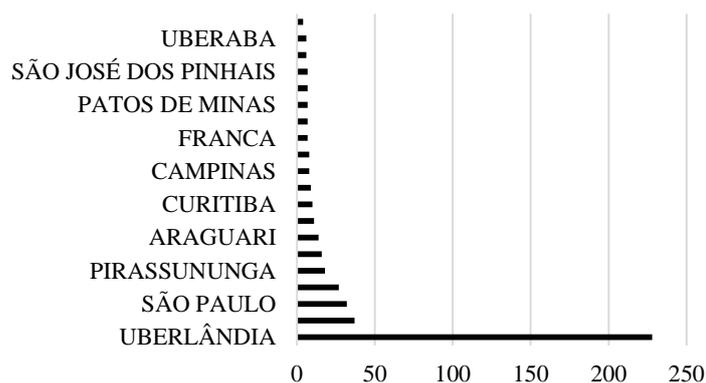


Em 2022 houveram alterações de forma a atualizar os dados do website e ampliar as informações e materiais disponíveis ao público, assim como foi a primeira mudança de layout após a criação do site, em 2018. Assim, acredita-se que esses espectadores únicos tenham acessado a plataforma em razão da divulgação sobre a quantidade de informações disponíveis e alterações realizadas para um site mais interativo, deixando o mesmo mais atraente para o leitor. Ainda, esse aumento de acessos também pode estar relacionado as divulgações realizadas por parceiros do LEA, nos quais houveram parcerias em eventos, pesquisas e publicações ao longo dos anos.

Apesar da incidência de queda em visualizações após o principal ano, foi perceptível o interesse do público que busca por assuntos relacionados ao agronegócio. Este tipo de informação auxilia na tomada de decisão para melhorias de onde e como divulgar em outras mídias sociais, para assim ocorrer maior disseminação de informações e ampliação do acesso à comunidade interessada nas temáticas abordadas na plataforma.

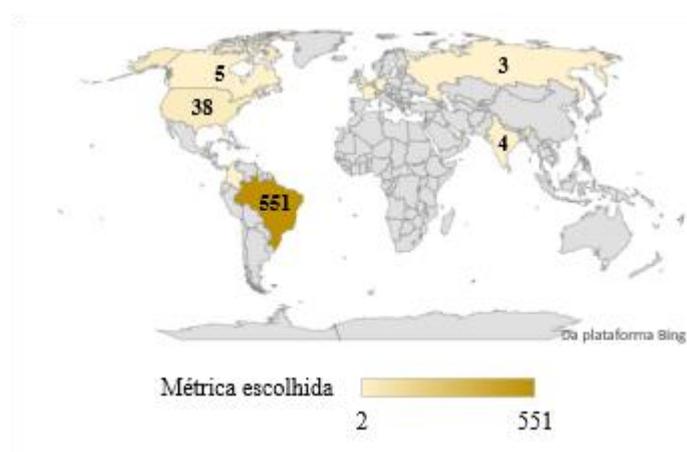
O acesso de diferentes localidades é um dado interessante por informar a origem do público ao website, conforme Figura 3. Assim, o local com maior acesso foi em Uberlândia/MG, em razão de ser a cidade em que o LEA foi criado. Todavia, cidades como São Paulo, Curitiba, Campinas, Franca, demonstram que o website foi disseminado para além das localidades de sua origem e a de seus parceiros, corroborando assim para a relevância desse tipo de plataforma no meio acadêmico.

Figura 3: Acessos ao website de acordo com as cidades no período analisado (Fonte Autoral)



Além das cidades que acessaram ao site, a plataforma também gerou métricas para os países mais acessados (Figura 4). No Brasil houve 551 acessos, porém, também foram registrados acessos em países, como Estados Unidos, França, Colômbia e Canadá. Assim, acredita-se que a utilização de informações em outras línguas pode vir a ser uma possibilidade para aumentar a divulgação do site em escala internacional.

Figura 4: Acessos ao website de acordo com os países¹ no período analisado (Fonte Autoral)



¹De acordo com a figura os acessos que o site obteve foram de: 551 no Brasil, 38 nos Estados Unidos da América, 9 na França, 6 na Colômbia, 5 no Canadá, 4 na Índia e 3 na Rússia durante o período avaliado.

Mediante os resultados apresentados por esse estudo, foi possível observar que a utilização de websites pode ser uma alternativa interessante para aumentar e facilitar a disseminação de conhecimentos acadêmicos e científicos. Além disso, observa-se que há acessos em diversas localidades, tanto em nível nacional quanto internacional, o que sugere aceitação e busca, por parte da sociedade, de novos métodos para divulgação científica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os parâmetros analisados nesse estudo são de grande importância para fornecer um panorama os tipos de acessos e perfil dos visitantes do website do LEA, ainda podendo indicar mudanças necessárias para melhor atendê-los. Houve maior visualizações por desktop e na cidade de Uberlândia, mas também foram registrados acessos internacionais.

Para o LEA é notório o interesse nestes resultados, mas ao mesmo tempo, os achados desse trabalho são altamente relevantes por mostrarem que o público que consome informações referentes ao agronegócio busca por novos meios de consumirem dados científicos, logo, é necessário maior interação e facilidade na disseminação de informações entre a comunidade acadêmica e a sociedade em geral

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. BUCHINGER, D. et al. Mecanismos de busca acadêmica: uma análise quantitativa. *Revista brasileira de computação aplicada*, 6(1), 108-120, 2014.
2. LORENA, S.B.D. et al. Análise do acesso à informação acadêmica entre estudantes de Medicina inseridos numa metodologia ativa de aprendizagem. *Revista Brasileira de educação médica*, 43(4), 176-186, 2019.
3. SÁ, G.A.N. Radar Agro: uma proposta de qualificação interdisciplinar a distância para o capital humano no agronegócio [dissertação]. Universidade Federal de Uberlândia: Uberlândia, 2019.
4. BELLUZZO, R. C. B. et al. Competência em informação (COINFO) como um recurso didático pedagógico e institucional – o website labirinto do saber como fonte de informação, de pesquisas e práticas. 2019.
5. ALVES, L.K.S. et al. Utilização de ferramentas digitais na pecuária e extensão rural. *Pubvet*, 13, 162, 2019.
6. SILVEIRA, N.C.S. et al. Utilização de canal de Youtube para divulgação científica de assuntos relacionados ao agronegócio. In: XIII Simpósio de Pós-Graduação e Pesquisa em Nutrição e Produção Animal - VNP 2019, 2019.
7. VISSIRINI, C.C. et al. REMAT: análise do perfil de seus usuários por meio da ferramenta Google Analytics e difusão do conhecimento científico entre professores e estudantes de matemática. *Ciência da Informação em Revista*, 48-61, 2019.
8. SILVEIRA, N.C.S. et al. Evaluation of a Youtube Channel for scientific disclosure on Agribusiness. *Veterinária Notícias*, 28(1), 2022.

APOIO

