

O MP no YouTube

Oficina de vídeo na web e YouTube

Reunião do Comitê de Comunicação do CNMP 31 de julho de 2012

Vídeo na web e YouTube

- EUA
 - audiência média diária: 100 milhões em 2011
 - (43% a mais do que 2010)
 - 43,5 bilhões de *streammings* em dezembro
 - (44% maior do que 2010)
- BRASIL (2011)
 - 42,9 milhões de espectadores únicos (19% +)
 - 29% da população
 - 4,7 bilhões de vídeos (74%+)
 - 27,2 bilhões de horas de conteúdo
 - 109 vídeos/espectador (46% +)
 - 10,6 horas/espectador

YouTube X TV

- EUA
 - Audiência dos telejornais noturnos:
 - De 1980 para 2011: queda 54%
 - - 28,4 milhões de espectadores
 - Média de idade: 63 anos
- BRASIL
- Audiência da TV:
- 1970: 70% dos televisores ligados
- 2009: 34%

YouTube X TV

- YouTube responde por 67% dos compartilhamentos
- VEVO, 2a: 5,7%
- Globo, 3a: 1,4%

YouTube X TV

YouTube:

- Autonomia de produção;
- Baixo custo;
- Audiência de nicho (Cauda Longa)
- Longevidade da produção

TV:

- Grade de programação
- Alto custo
- Audiência de massa
- instantaneidade

Produção de vídeo para o YouTube

- Quanto mais curto, menor. Até 3 minutos.
 - Tendência de crescimento com universalização da banda larga. Nos EUA a média superou os 5 min.
- O desafio dos 15seg: o vídeo tem 15seg para prender o espectador e, ao longo de sua duração, deve repetir a fórmula
 - Soluções: vinhetas; teaseres; partilhamento
 - EX:
 - Vinhetas: Promotor Responde; Povo Pergunta;
 - Teaseres: Direitos do Cidadão.;
 - Partilhamento: Alcance, picotes

Produção de vídeo para o YouTube

- Como canal público de vídeos, o canal de um MP deve planejar a sua produção para atender a totalidade da população com conteúdos específicos para cada nicho e segmento:
 - Mais vídeos com baixas visualizações diárias são mais efetivos do que um viral de curto prazo, ou um sucesso de vida curta.
 - Vídeos voltados para o conhecimento, a informação deve ser trabalhada em outros canais, integradamente.
 - Os vídeos devem gerar engajamento, não audiência pontual.

Preparação do canal

- Identidade visual com a instituição
- Perfil e informações completas
- Usar destaques e lista de reprodução:
 - Para organizar o conteúdo
 - Para facilitar o engajamento da audiência
- Usar outros canais de MPs
- Abrir para inscrições e inscrever-se
- Adicionar favoritos (lista de reprodução)

Publicação do vídeo

- Pensar muito nas palavras-chaves;
 - Título: pelo menos uma; tentar duas (geral e específica)
 - Pergunta é boa alternativa
 - Descrição:
 - Abrir com duas sentenças objetivas contendo o máximo de palavras-chaves
 - Oferecer links para outros canais da instituição.
 - Palavras-chaves:
 - Intercalar gerais e específicas; usar um mesmo grupo de palavras para todos os conteúdos do canal (identificação)

Publicação do vídeo

- Liberar comentários e respostas (direto ou moderado)
- Liberar para celulares e TVs (smartphones e smarTVs)
- Liberar incorporação
- Publicar links e anotações provocando a interação
- Procurar a atualização periódica e deixar isso claro para o visitante do canal
- OBS: usar o recurso do não listado próximo a eventos

Estatísticas: gestão de conteúdo e de conhecimento

- Mais importante do que saber quantos é saber quem atingimos com nosso vídeos.
- Trabalhar a longevidade, para superar restrições de produção: testar as melhores palavras chaves e uso de metadados. Usar sazonalidade.
- Visão geral: picos de audiência; Top10; reflexos do ambiente sobre o conteúdo: Bullying
- Origens de tráfego e locais de reprodução: indicadores de alcance e ecitação. Ex: idosos
- Indicadores de comunidade e engajamento: comentários, likes, inscritos;

Interação com os MPs: rede nacional do MP

- Compartilhar conteúdo (por meio de listas de reprodução)
 - Manter o vídeo no canal do autor
- Comentar, responder e curtir vídeos dos Mps (quando realmente gostar, claro)
 - Atinge o algoritmo de buscas
- Usar anotações para lincar e relacionar vídeos de outros MPs e parceiros (sociedade civil).
- Iniciar um intercâmbio de ideias e pautas; tentar produção compartilhada; promover datas específicas e eventos; etc..