

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO MÍDIAS NA EDUCAÇÃO

LEILIANE DE ALMEIDA REIS

VIDEOAULAS NO YOUTUBE

JUIZ DE FORA
2018

LEILIANE DE ALMEIDA REIS

VIDEOAULAS NO YOUTUBE

Relatório apresentado como requisito parcial para aprovação no Curso de Especialização Mídias na Educação, da Faculdade de Educação, Universidade Federal de Juiz de Fora.

Orientadores: Prof^a. Dr.^a Jorge Carlos Felz Ferreira e Lubélia de Paula Souza Barbosa

JUIZ DE FORA
2018

LEILIANE DE ALMEIDA REIS

VIDEOAULAS NO YOUTUBE

Relatório apresentado como requisito parcial para aprovação no Curso de Especialização Mídias na Educação, da Faculdade de Educação, Universidade Federal de Juiz de Fora.

Aprovada em:

BANCA EXAMINADORA

Prof(a). Dr(a). orientador(a)

Membro da banca

Membro da banca

1. INTRODUÇÃO

A minha principal motivação ao entrar na especialização em Mídias na Educação, um curso tão voltado para professores, era contribuir com os conhecimentos da comunicação para que as aulas se tornassem cada vez mais instigantes e dinâmicas, fazendo com que as mídias tornassem mais fácil e prazeroso o processo de ensino e aprendizagem. Sem nenhuma experiência lecionando, mas já com alguma experiência em comunicação, produção e edição de materiais audiovisuais e vivência por fazer parte do corpo de colaboradores de uma das maiores faculdades de Juiz de Fora, me propus desde o início do curso a construir um site que pudesse de algum modo servir de apoio para essa utilização.

O tema do site será “Videoaulas no Youtube”, visando ser um suporte com dicas para educadores que querem começar a produzir conhecimento e divulgá-los através de um canal na plataforma de vídeos do Google.

A pergunta que deu origem ao tema surgiu durante a oficina presencial do dia 17 de março: Por que os professores, que têm o conhecimento necessário para produzir conteúdo educacional de qualidade, não estão ocupando espaços online onde poderiam estar disseminando conhecimento?

Partindo das atividades que já foram feitas e postadas no site, com destaque para o curso de fotografia e o portfólio que era sobre um curso de produção e edição de videoaulas, o tema se completaria com os dois novos produtos a serem desenvolvidos, tornando o site um espaço completo onde se pode ter todas as dicas desde a produção até o marketing do canal para que o público alvo seja atingido. Afinal, de nada adianta um excelente conteúdo disponível mas sem nenhum espectador não é mesmo?

O objetivo do site é ser um espaço de conhecimento, estética e marketing onde o objetivo final seja formar produtores de conteúdo educativo interessante e eficiente.

O objetivo dos novos produtos é fazer com que o educador conheça os principais mecanismos para que seus produtos educacionais digitais cheguem até o público que ele quer alcançar.

Partindo do pressuposto que ele já passou por toda a fase de produção das videoaulas que quer divulgar, com o produto 1 o educador terá a base teórica para montar um esquema de divulgação do seu canal entre seus alunos conhecidos e também buscando um novo público, com o objetivo de fazer com que ele tenha a base e os exemplos para “colocar a cara no mundo”.

Com o produto 2, o objetivo é instigar o educador a colocar o projeto de divulgação em prática, usando para isso as técnicas de gamificação.

2 – RESULTADOS

Os resultados obtidos foram separados em pesquisa, reformulação do site e novos produtos, todos detalhados conforme sua pré-produção, produção e pós-produção a seguir.

a. Pré-produção

A primeira etapa foi a pesquisa. Nota-se através de pesquisas que o ensino à distância vem em constante ascensão no cenário brasileiro. Dados do censo da educação de 2015 apontam um crescimento de 3,9% (no ano de 2015, em relação a 2014) e de 20,8% (também em 2015, em relação a 2013) no número de matrículas em cursos à distância, representando um salto de 34,8% de 2013 a 2015. Comparando com as matrículas em cursos presenciais, nota-se que há um movimento inverso, onde as matrículas estão variando entre 84,2%, em 2013, e 82,6%, em 2015. Com essa modalidade em crescimento, o professor deve estar preparado para as mudanças, principalmente vindas da tecnologia que se fazem cada vez mais presentes na educação.

“As tecnologias Web permitem aos professores definir estratégias pedagógicas inovadoras que incluam utilização de software social como ferramentas de trabalho de modo a flexibilizar os contextos de aprendizagem, individuais e cooperativos, a ensinar alunos a aprender no ciberespaço, a pensar, a cooperar, a partilhar e a construir o seu próprio conhecimento.” (PATRÍCIO; GONÇALVES, 2010)

A educação online através de vídeos e imagens certamente é uma dessas mudanças e tem nos vídeos um grande potencial, haja visto que a imagem é processada mais rapidamente que o texto pelo nosso cérebro.

“Cardoso [2013] faz uma análise sobre a relação entre o aprendizado e as imagens, destacando o fato da neurociência comprovar que a metade do cérebro humano está comprometida com o processamento de imagens. Essas têm acesso direto à memória de longo prazo, e cada uma delas é armazenada com sua própria informação como um coerente bloco ou conceito, de forma que processamos a informação visual 60 mil vezes mais rápido do que o texto. Sendo assim, o recurso audiovisual é muito eficaz no processo pedagógico.” (PATRÍCIO; GONÇALVES, 2010)

Partindo desse pressuposto, a pré-produção foi um momento de pesquisar as possibilidades dos vídeos enquanto instrumento de ensino e aprendizagem, fazendo

com que o site se tornasse um suporte com dicas para educadores que desejam utilizar esse tipo de mídia para transmitir conteúdo educativo.

“Segundo Gomes [2008], o vídeo educacional pode ser analisado basicamente como um meio de comunicação e de ensino. Como meio de comunicação, ele pode ser analisado quanto à sua linguagem e sua qualidade técnica, e como meio de ensino pode ser analisado do ponto de vista da exploração dos recursos de sua linguagem para fins didáticos e, ainda, do uso didático que se faz dele ou de qualquer outro produto audiovisual. O autor considera em seu trabalho que o termo didático pressupõe-se alguma ação realizada com o vídeo ou a partir dele, englobando especificidade e finalidade.” (BARRÉRE, 2014)

b. Produção

A reformulação do site passou pela organização dos conteúdos dentro dele, melhorando a navegabilidade e o entendimento sobre as etapas do processo de produção e divulgação das videoaulas. A ideia é unir conhecimento, estética e marketing em um único espaço, onde o objetivo final seja um: formar produtores de conteúdo educativo interessante e eficiente.



Imagem 1: O Site antes da reformulação

Quando da proposta, no início do curso, para o site ser um portfólio para as produções feitas ao longo do mesmo, o menu principal era composto pelas opções Home, Vídeos, Textos, Disciplinas e Sobre, sendo esse último destinado à explicação sobre a proposta do site. Para esse trabalho, a primeira modificação foi nesse menu, que passou a contar com as opções Teoria, Prática, Marketing e Desafio, mantendo a opção Sobre e a página inicial Home. Se propondo, a grosso modo, a ser um site que ensina como produzir, editar e divulgar videoaulas, o menu foi pensado para que o usuário siga esses pilares, ou entre na categoria que desejar.

Para a página “Teoria”, no pilar da produção, foram migrados os conteúdos teóricos produzidos ao longo do curso, como o minicurso de fotografia, projeto hipertextual multimídia produzido para a disciplina Texto, Imagem e Hipertexto na Construção do Conhecimento, bem como os dois projetos feitos para a disciplina Produção de materiais para a Educação Online que servem como base teórica para a produção. O primeiro deles é um hipertexto chamado “Equipamentos para gravar gastando pouco” e o segundo é o curso proposto na plataforma Udemy, chamado “Videoaulas - Produção e edição”.

No menu “Prática”, foram colocados os conteúdos práticos feitos ao longo das disciplinas, como exemplos. Ensaios fotográficos, vídeos, reportagens em áudio e também textos fazem parte da aba, além do campo para envio de materiais produzidos para análise.

Em seguida, temos as páginas dos novos produtos, que serão explicados de melhor forma no item seguinte, e a página “Sobre”, onde foi acrescentado um campo “Fale conosco”, para que os usuários do site tenha uma canal de comunicação direta em caso de dúvidas, sugestões, algum erro encontrado no site entre outros. O novo menu pode ser visto de qualquer página para que tal navegabilidade fique disponível sempre que o visitante achar necessário.

A parte inferior da página inicial conta com uma seção de notícias relacionadas à mídias, tecnologia e educação conforme figura 3 para que os leitores do site permaneçam por dentro das novidades desses setores, partindo do pressuposto que sejam áreas de interesse do público do site.



Imagem 2: Novo menu principal



Imagem 3: Aba de notícias

Entendendo que não basta apenas produzir um excelente conteúdo, mas também fazer com que esse conteúdo chegue até as pessoas, os novos produtos seguirão o tema do marketing digital de serviços educacionais, completando o propósito final do site, que é ser um espaço completo para orientações quanto à produção, edição e divulgação de conteúdo educacional. O Produto 1 será um vídeo contendo uma aula teórica contendo o básico sobre marketing digital em redes sociais. O vídeo contém offs, gráficos e exemplos de cases de sucesso.

Para o roteiro do vídeo, procurei identificar quais são as redes sociais mais utilizadas no mundo e quais tendências de marketing estão se desenvolvendo ultimamente.

Estabelecidas as redes sociais, Facebook, Instagram, Twitter e, aquela que será a plataforma de divulgação, Youtube, passei para o conteúdo que deveria constar no vídeo. Quais imagens? Quais offs? O quê exatamente sobre cada uma dessas redes sociais deve ser dito? Essas perguntas nortearam o roteiro.

Cheguei à conclusão que somente o básico seria passado. Porque fazer, como fazer e quais resultados esperar de cada um desses canais de divulgação, mostrando as possibilidades de cada rede social, com seus algoritmos e especificidades de um modo dinâmico e bem ilustrado com gráficos e imagens no vídeo.

A gravação foi feita com uma câmera Canon T4i, utilizando-se duas lentes, 18-135mm e 50mm. Também foram utilizadas na gravação um tripé, iluminação artificial, através de um spot de luz caseiro. Para o áudio, foi utilizada uma técnica de gravação utilizando o celular e um fone de ouvido, técnica essa que já encontrava-se no site em uma atividade anterior.

O local de gravação foi o meu quarto, com a minha estante de livros ao fundo compondo o ambiente e remetendo a estudo e educação. Foram cerca de quatro horas de gravação até todas as imagens ficarem conforme o roteiro.

O programa utilizado para edição foi o Adobe Premiere CC 2018. O foco da edição foi tornar o vídeo dinâmico, fugindo da monotonia, passando todas as informações dentro do tempo, sem que ficasse muito extenso, conforme recomendam alguns

estudiosos de vídeos instrucionais e educacionais como Barrére (2014).



Imagem 4: O material de produção e edição

O Produto 2 será da categoria “Gamificação”. Em um desafio de 15 dias o aluno será instigado a colocar seu produto educacional online e fazer com que os alunos/espectadores se engajem com o conteúdo publicado. Cada dia terá uma tarefa e regras a serem cumpridas, bem como recompensas e penalidades caso as regras não sejam cumpridas. Objetivo do game é criar uma base de interação nas redes sociais com no mínimo 5000 pessoas em 15 dias.

Em cada dia do desafio há uma tarefa para que ao final, o produto educacional seja divulgado nas redes sociais. A tarefa seguinte só é “desbloqueada” após a comprovação do sucesso na tarefa anterior, o que também dá direito a prêmios. Cada tarefa consiste em produzir algo que, ao final será essencial para o sucesso do canal lançado no Youtube.

O game, inicialmente, havia sido projetado para durar 7 dias e teria como recompensa objetos, livros e cursos. Diante da complexidade que envolveria essas premiações, optei por fazer com que a recompensa a cada etapa vencida seja a divulgação, que vai de encontro ao objetivo do desafio.

Cada um dos desafios foi pensado de modo a colocar em prática as potencialidades de cada rede social informadas no vídeo, de modo a fazer com que os conteúdos conversem e se completem. São 14 regras e, logo em seguida, 7 *Quests*, apontando quais são os desafios a serem superados. São 7 *Quests* e 15 dias pois cada *Quest* tem a duração de 48 horas. A palavra *Quest* será usada neste estudo por já fazer referência ao mundo dos games.

Foram observadas as características dos jogos, conforme aponta Jane McGonigal (2010):

- Meta: divulgar conteúdo em redes sociais
- Regras: 14 regras elencadas

- Sistema de feedback: especificado nas regras, baseado em engajamento
- Participação voluntária: o participante é livre para desistir quando quiser

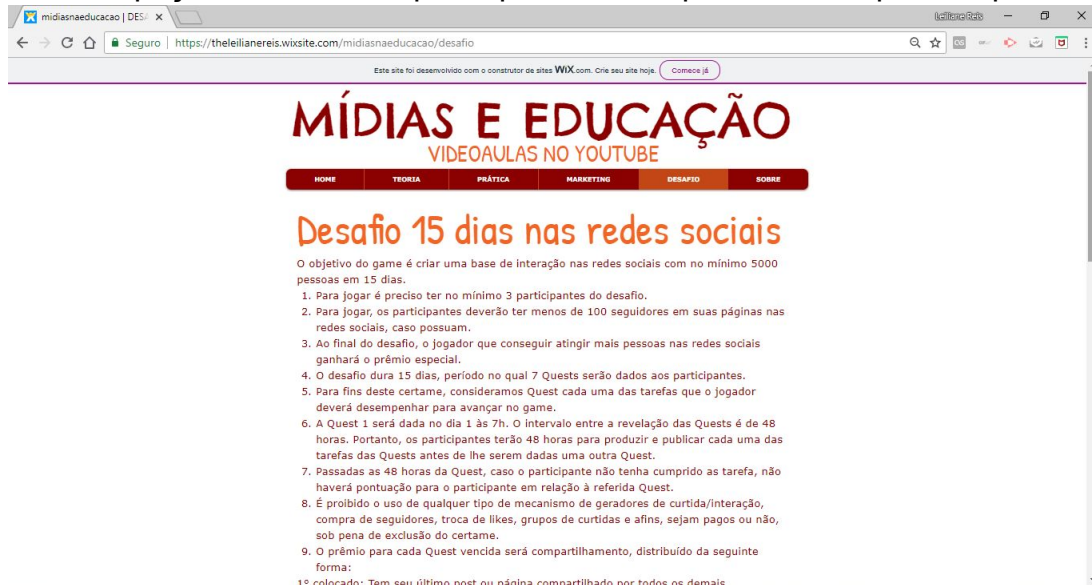


Imagem 5: O projeto de gamificação inicial

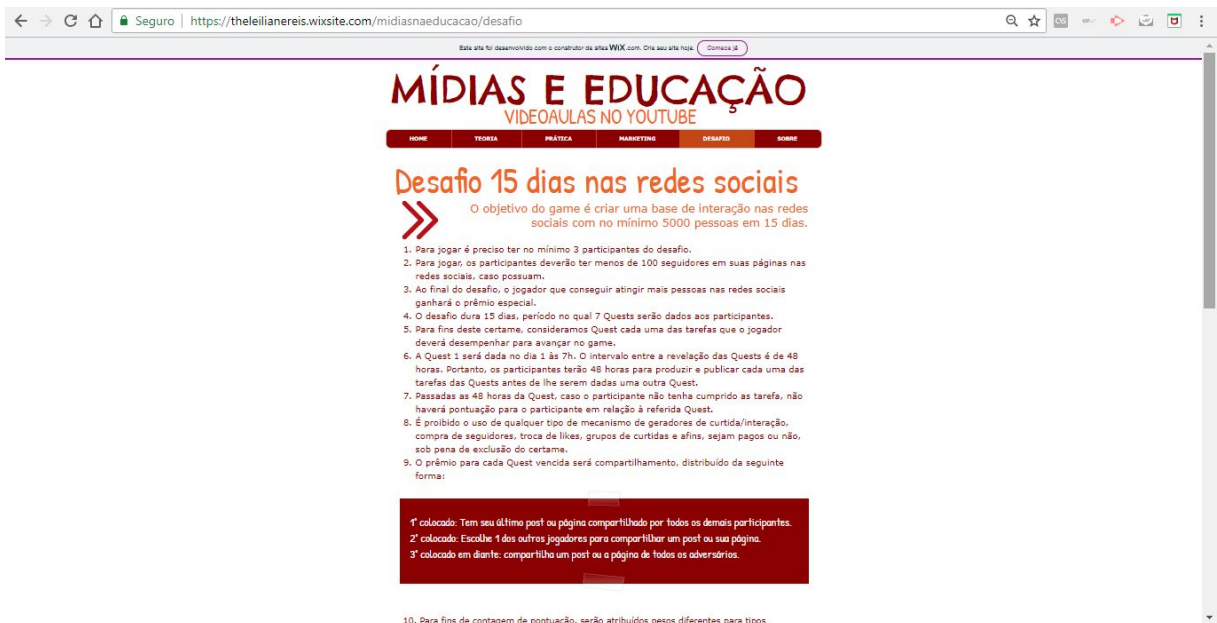


Imagem 6: projeto de gamificação após alterações para tornar mais interativo

No ato da produção, observei que era necessário algum tipo de interatividade para tornar o texto com as regras mais interessante no contexto do site. Veio então o processo de acrescentar elementos para deixar o design mais atraente, como caixas para textos importantes e slides com as *Quests* conforme imagens 4 e 5.

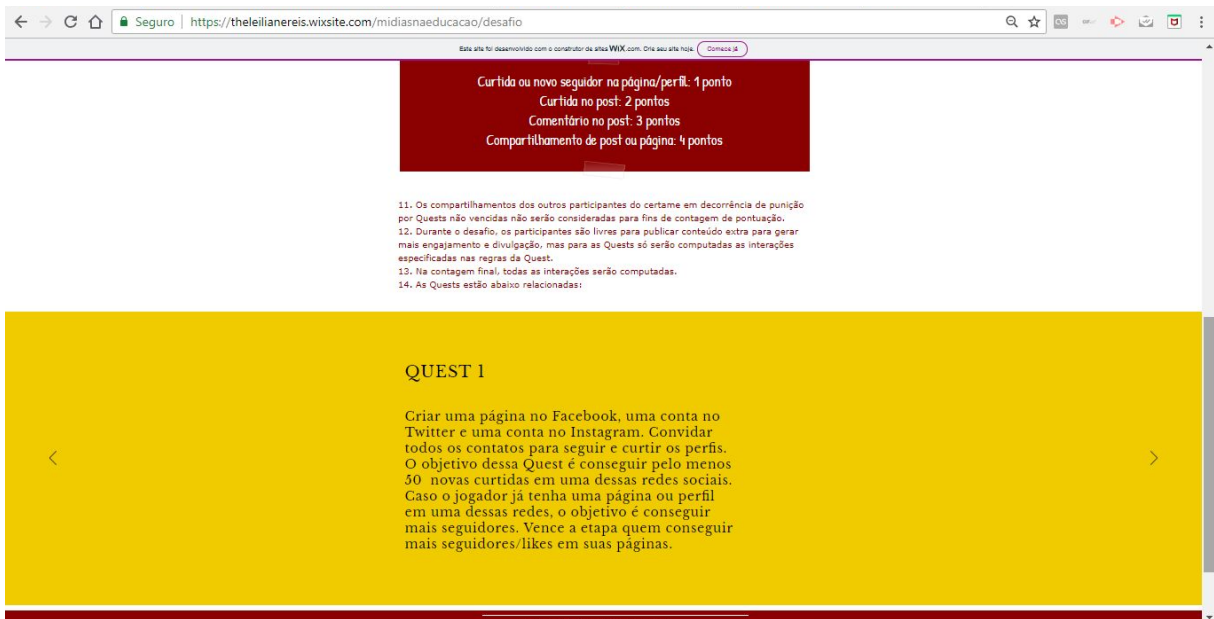


Imagem 7: as quests do projeto de gamificação colocadas em slides

O link para o site é o <<https://theleilianereis.wixsite.com/midiasnaeducacao>>. O link para os produtos 1 (Vídeo) e 2 (Proposta de gamificação) são, respectivamente, <<https://theleilianereis.wixsite.com/midiasnaeducacao/videos-1>> e <<https://theleilianereis.wixsite.com/midiasnaeducacao/desafio>>.

Após orientação da tutora, o menu principal foi modificado de modo a especificar que os produtos das abas “Marketing” e “Desafio” são, na realidade, os dois produtos do trabalho de conclusão de curso.



Imagem 8: a aba dos novos produtos após orientações

c. Pós-produção

Optei, na pós-produção, por manter as cores e fontes escolhidas inicialmente no site. Foram acrescentados elementos para composição da página do desafio, para que não ficasse apenas um texto com as regras.

Houve no vídeo, além dos cortes e ordenamento de *takes* conforme o roteiro, tratamento de cor e ajustes no áudio para melhor entendimento dos *offs*. As animações foram produzidas no programa *Adobe After Effects CC 2018*.

Após a edição do vídeo, verifiquei que o mesmo cumpre com seu objetivo inicial, que era de passar as informações básicas sobre marketing digital nas redes sociais, para que educadores produtores de videoaulas possam divulgar seus conteúdos da melhor e mais eficiente forma. O ideal seria, porém, termos vários vídeos, um para cada rede social, para um pouco mais de aprofundamento no assunto, o que não foi feito diante das especificações pedidas para o projeto. O vídeo foi postado no Youtube e inserido na aba “Marketing” no site.

Dentre os pontos positivos desse trabalho, posso destacar o tema, que sempre me gerou interesse e fez com que, desde o início, me programasse para algo do tipo, e as possibilidades de trabalho que a proposta ofereceu. Havia diversos modos de produzir um vídeo sobre marketing digital para videoaulas porém, carregada com o conhecimento de todas as disciplinas ao longo do curso o modo de editar, de produzir e de enxergar o trabalho como um todo mudou e se tornou bem mais eficiente em seu propósito.

Em relação aos pontos negativos, creio que o que mais afetou foram as limitações quanto ao tempo do vídeo, principalmente por se tratar de algo que pretende ser dinâmico e eficaz.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme dito na introdução, minha intenção ao entrar no curso sempre foi aprender como mídias e educação podem se correlacionar para tornar o processo de ensino e aprendizagem mais dinâmico, eficiente e, porque não dizer, encantador diante de uma geração que cada vez mais se mostra atrelada à tecnologia, internet e redes sociais.

Confesso que os moldes dos cursos EAD, com fóruns obrigatórios, tarefas semanais e muito conteúdo distribuído me surpreendeu, pois busquei a modalidade justamente por achar que teria mais tempo dessa forma, já que não teria que me deslocar até um campus para ter aula. No início, as disciplinas mais voltadas à teorias da educação, área que não é minha de formação, só me encantaram ainda mais pela busca de seguir estudando o tema.

Meus projetos futuros como Especialista de Mídias na Educação incluem estudar mais o tema, pois a cada dia surge um novo equipamento, uma nova atualização de aplicativo, uma nova rede social, um novo game, uma nova forma de ensinar e aprender, sempre quebrando barreiras.

Durante o curso já vinha colocando em prática alguns projetos com um *Coach*, que desejam criar um curso e disponibilizar para venda em plataformas online como a *Udemy* e *Hotmart*, plataformas que estudamos ao longo dessa especialização.

Por outro lado, a faculdade onde trabalho está começando a ampliar seu portfólio de cursos, agora com graduação à distância, e essa especialização abre caminho para novas possibilidades de trabalho, fazendo justamente aquilo que, desde o início, era minha meta: fazer a comunicação e a educação caminharem juntas visando a transformação e o desenvolvimento das pessoas e da sociedade como um todo.

Não poderia deixar de agradecer à tutora da disciplina, Lubélia, a todos os professores e, principalmente, aos colegas de cursos, que durante esses quase dois anos se mostraram um exemplo de companheirismo e inspiração.

É sempre bom encontrar pessoas que acreditam na educação como fator de transformação da sociedade. Foi um prazer aprender com vocês.

REFERÊNCIAS

BARRÉRE, Eduardo. **Videoaulas: aspectos técnicos, pedagógicos, aplicações e bricolagem**. In: 3º Congresso Brasileiro de Informática na Educação (CBIE 2014) e 3ª Jornada de Atualização em Informática na Educação (JAIE 2014) Disponível em <<http://br-ie.org/pub/index.php/pie/article/view/3154/2668>>. Acesso em 20/06/2018.

CHAMBEL, Tereza; GUIMARÃES, Nuno. **Aprender com Vídeo em Hipermedia**. 2000. Disponível em <https://www.researchgate.net/profile/Nuno_Guimaraes2/publication/255641500_Aprender_com_Video_em_Hipermedia/links/548ec3c20cf214269f2468e2/Aprender-com-Video-em-Hipermedia.pdf>. Acesso em 20/06/2018.

DOTTA, Silvia *et al*; **Análise das Preferências dos Estudantes no uso de Videoaulas: Uma experiência na Educação a Distância**. II Congresso Brasileiro de Informática na Educação (CBIE 2013) XIX Workshop de Informática na Escola (WIE 2013). P. 21 a 30. Disponível em <https://www.researchgate.net/profile/Edson_Pimentel/publication/299667721_Analise_e_das_Preferencias_dos_Estudantes_no_uso_de_Videoaulas_Uma_experiencia_na_Educacao_a_Distancia/links/576da7b308ae6219474247eb/Analise-das-Preferencias-dos-Estudantes-no-uso-de-Videoaulas-Uma-experiencia-na-Educacao-a-Distancia.pdf>. Acesso em 20/06/2018.

Facebook domina ranking de redes sociais mais usadas no mundo. Disponível em <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/07/facebook-domina-ranking-de-redes-sociais-mais-usadas-no-mundo.ghtml>>

Jogando por um mundo melhor. Jane McGonigal. 2010. Ted. Disponível em <https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world?language=pt-BR>. Acesso em 18/06/2018.

PATRÍCIO, Maria Raquel; GONÇALVES, Vítor (2010) - **Facebook: rede social educativa? In I Encontro Internacional TIC e Educação**. Lisboa: Universidade de Lisboa, Instituto de Educação. p. 593-598. disponível em <<https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/3584>>. Acesso em 20/06/2018.

<https://bibliotecadigital.ipb.pt/handle/10198/3584>