

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

CURSO DE RÁDIO E TELEVISÃO

JOSÉ PAULO DE OLIVEIRA BARBOSA

WEBSÉRIE “FAÇA VOCÊ MESMO, HOJE”

São José dos Campos - SP

2021

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO

CURSO DE RÁDIO E TELEVISÃO

JOSÉ PAULO DE OLIVEIRA BARBOSA

WEBSÉRIE “FAÇA VOCÊ MESMO, HOJE”

Relatório apresentado como parte do trabalho de Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de rádio e televisão, da Universidade do Vale do Paraíba. Orientadora: Prof^a Ma. Monique Nascimento Baraúna.

São José dos Campos - SP

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA

Ficha catalográfica

Barbosa, José Paulo de Oliveira
Faça você mesmo, hoje / José Paulo de Oliveira Barbosa;
orientador, Monique Baraúna. - São José dos Campos, SP, 2021.
75 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale
do Paraíba, São José dos Campos. Comunicação Social.

Inclui referências

1. Comunicação Social. 2. Produção independente. 3. Produção
para a internet. 4. Tutorial. 5. Web série . I. Baraúna, Monique,
orient. II. Universidade do Vale do Paraíba. Comunicação Social.
III. Título.

Eu, José Paulo de Oliveira Barbosa, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 7 de Dezembro de 2021.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 25 / 11 / 2021

2021

“Você tem que ser produtivo e justo com você mesmo, ninguém vai fazer por você a tua história. Eu estou lançando meu livro, dei um salve em um monte de editora, mas ninguém acredita, só eu acredito – e geralmente quando eu

faço, vira. Então criei minha própria editora e vou lançar por mim mesmo; eu tenho que botar para o mundo.”(Marcelo Moraes)

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar os processos e desafios da produção independente para internet. Tendo como foco o nicho do audiovisual, o projeto detalha de forma tutorial, através de uma Websérie em quatro episódios, as etapas de uma produção para a internet e dicas de como quebrar barreiras recorrentes aos criadores de conteúdo independente.

Palavras-chave: Independente; Audiovisual; Artes; Tutorial; Internet; Youtube; Brasil.

ABSTRACT

This work aims to present the processes and challenges of independent production for internet. Focusing on the audiovisual niche, the project details in a tutorial way, through a Webseries in four episodes, the stages of a production for the internet and tips on how to break down recurring barriers to independent content creators.

Key-words: Independent; Audiovisual; Arts; Tutorial; Internet; Youtube; Brazil.

LISTA DE FIGURAS

Figura	1-	Gráfico	de	setores	referente	à	questão	
um.....								21
Figura	2-	Gráfico	de	setores	referente	à	questão	
dois.....								22
Figura	3-	Gráfico	de	setores	referente	à	questão	
três.....								23
Figura	4-	Gráfico	de	setores	referente	à	questão	
quatro.....								24
Figura	5-	Gráfico	de	setores	referente	à	questão	
cinco.....								25
Figura	6-	Gráfico	de	setores	referente	à	questão	
seis.....								26

LISTA DE QUADROS

Quadro	1:	Roteiro	do	Episódio
4.....				30

SUMÁRIO

Introdução.....	7
2	Referencial
Teórico.....	9
2.1 Nascimento da Internet.....	9
2.2 Youtube.....	12
2.3 Educação e aprendizado via Youtube durante a Pandemia do Coronavírus.....	13
3. Websérie, uma modalidade de aprendizado.....	18
3.1 Público Alvo da série.....	20
3.1.1 Você já pensou em ser criador de conteúdo? Pode ser em qualquer plataforma.....	20
3.1.2 O que geralmente te impede de concluir seus projetos?.....	21
3.1.3 Em uma escala de 0 a 5. O quão difícil você acha [...].....	22
3.1.4 Quando você não sabe como fazer alguma coisa [...].....	23
3.1.5 Qual etapa você consideraria mais difícil ao criar um canal no youtube? [...].....	24
3.1.6 Você acha que em geral os conteúdos que você consome [...].....	25
4. Memorial.....	28
4.1 Concepção.....	28
4.2 Execução.....	28
4.3 Viabilidade.....	37

Introdução

Este trabalho busca servir de apoio ao inexperiente produtor de conteúdo para internet, que se encontra em um sistema de produção e distribuição artístico extremamente plural e sem muitas orientações de como iniciar e prosseguir seu caminho na produção de conteúdo.

A Websérie “Faça você mesmo hoje” tem como principal objetivo, em três episódios, simplificar o modo que, no senso comum, se encara o início de uma carreira profissional no meio da produção de conteúdo. Desmistificar conceitos técnicos e práticos, apresentando possíveis soluções para a falta de recursos e focando-se no uso da criatividade como ferramenta essencial.

A falta de perspectiva para produtores de conteúdo iniciantes é real, assim como aponta a pesquisa de público realizada para este trabalho. Esta falta de perspectiva é causada, sobretudo, pela concentração da informação didática para produção de vídeos em pequenos grupos privilegiados por acesso a equipamentos de alto custo e contatos comerciais para investimento nessas produções.

Não é possível ignorar este problema, suas conseqüências são muito difíceis de serem ultrapassadas pois atingem a sociedade de maneira estrutural, a limitação financeira e social ao acesso à esse tipo de informação está inerente às classes mais baixas e não se pode simplesmente esperar que esse tipo de barreira seja quebrada com determinação e empenho dos interessados em se tornarem criadores de conteúdo ainda que sem recursos.

Porém é necessário buscar forças e novas perspectivas para o estímulo da produção de artes e conteúdos criativos independentes e fortes, que não dependam desse sistema vigente entre os nichos privilegiados da sociedade para se sustentarem como canais de conteúdo original. Feito isso, se espera que com o tempo e com a propagação da informação em níveis mais acessíveis, tal como propõe a websérie “Faça você mesmo, hoje”, possa se formar uma

nova comunidade de criação, um novo mercado artístico gerado por esses produtores de forma autêntica e sem a necessidade de adaptação aos padrões vigentes.

É preciso estudar o cenário de produções para a internet e entender seu funcionamento para poder usá-lo a favor destes profissionais emergentes, dominar como o sistema e suas plataformas de publicação funcionam, para então adentrá-los e assim conseguir subverter ao menos uma pequena porção de suas engrenagens.

Este trabalho se apresenta como guia e motivação para artistas que buscam se consolidar na sua autenticidade e se estabelecer no mercado que não foi projetado para eles, criar base, e abrir caminho para seus iguais.

Sendo este trabalho focado nas experiências e aspirações do jovem produtor de conteúdo, foi de extrema importância que se utilizasse no seu desenvolvimento métodos de pesquisa qualitativa, além da pesquisa bibliográfica. Foi essencial recolher relatos de relações com o problema em questão, estes relatos foram buscados em uma pesquisa qualitativa e posteriormente contrastados com dados bibliográficos para que assim fosse possível afirmar com maior precisão os problemas presentes na criação de conteúdo para a internet e da mesma maneira, apontar soluções coerentes para os mesmos, tal como descrevem *Denise Tolfo Silveira e Fernanda Peixoto Córdova*, no livro “Métodos de Pesquisa”

A pesquisa é a atividade nuclear da Ciência. Ela possibilita uma aproximação e um entendimento da realidade a investigar. A pesquisa é um processo permanentemente inacabado. Processa-se por meio de aproximações sucessivas da realidade, fornecendo-nos subsídios para uma intervenção no real. (DENISE TOLFO, FERNANDA PEIXOTO, 2009, p. 31)

A pesquisa quantitativa busca organizar as possíveis causas do problema por quantidade, estabelecendo assim um índice da intensidade em que tal situação ocorre ao objeto estudado (criadores de conteúdo) e não necessariamente qualificar essas relações.

Para o levantamento dos dados utilizados neste projeto, foi disponibilizado um questionário em uma plataforma online para a pesquisa quantitativa, como fontes de pesquisa bibliográfica foram utilizados bancos de dados das principais plataformas de distribuição de conteúdo online. Artigos acadêmicos foram recorridos para desenvolver o embasamento histórico deste trabalho.

Nos capítulos a seguir serão abordados; uma breve história da internet e uma narração da sua trajetória de uma tecnologia militar até uma ferramenta de uso popular e diário. Também se abordará o surgimento e funcionamento do YouTube, suas principais funções e sua importância como maior plataforma de publicação de vídeos da internet.

Por fim, os capítulos finais apresentarão os tópicos que serão incorporados ao roteiro da websérie “Faça você mesmo, hoje”. Os problemas vivenciados pelo público alvo serão analisados a partir dos dados recolhidos na pesquisa qualitativa, e estes serão discorridos de forma a exemplificar com clareza a proposta da web série em transpor as dificuldades técnicas e criativas das produções independentes.

2. Referencial Teórico

Este capítulo abordará o cenário em que a websérie estará sendo produzida e as estruturas que competem sentido a mesma. Iniciando com uma breve abordagem à história da internet e do Youtube como ferramenta de compartilhamento de conteúdo. Em seguida, será tratado o cenário da educação à distância através do Youtube, seus impactos na sociedade atual e as possibilidades criadas pela ferramenta.

2.1 Nascimento da Internet

Primeiramente, antes de chegarmos ao tópico principal deste capítulo, é necessário preparar terreno para o cenário que vamos adentrar. O Youtube pode parecer um fenômeno

isolado hoje em dia, mas não se pode ignorar o local e contexto em que ele se insere; a Internet.

Mesmo se popularizando no Brasil só no final dos anos 90, a Internet começa a tomar forma no fim dos anos 50, num contexto de guerra fria. A mesma corrida armamentista e tecnológica que levou o homem a lua também criou a então denominada ARPA (Agência de Projetos Avançados de Pesquisa) que pode se enquadrar como uma “internet primitiva” que nasce sem o objetivo de compartilhar dados pessoais, mas sim de integrar o sistema de defesa nacional norte americano.

De acordo com o dicionário Houaiss, internet é “rede de computadores dispersos por todo o planeta que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo comum”
(DUMAS, 2014)

Em um mundo polarizado entre EUA e URSS, com a ameaça constante de um dos dois lados iniciar um ataque nuclear, tecnologia que surge nessa época, foi de extrema importância estratégica desenvolver uma rede de comunicação via satélite, que não poderia ser destruída nem prejudicada em caso de um ataque terrestre às bases militares, impedindo a sua comunicação.

Uma rede que fosse capaz de resistir a uma destruição parcial, provocada por exemplo, por um ataque nuclear. (DUMAS, 2014)

Em 1972 acontece a primeira demonstração pública da tecnologia ARPANET, que nessa época já contava com 15 pontos de comunicação espalhados pelo Estados Unidos, ainda no mesmo ano é criado o *E-mail*, que facilitou a comunicação e o envio de mensagens pela rede.

Nos anos 80, a tecnologia das redes de comunicação da ARPA se expande sendo também disponibilizada para outros nichos além do militar. O acadêmico, interligando

algumas das principais universidades norte-americanas através da BitNET, e o científico, que fazia a conexão dos maiores institutos de pesquisa estadunidenses pela CSNET.

Essa adaptação da tecnologia usada pela ARPANET à múltiplas aplicações em outros meios sociais, já contribuía para a evolução e disseminação desse recurso para o uso do restante da população. A internet ainda nessa década iria para o mundo corporativo, se popularizaria e aos poucos se tornaria comercial, sendo disponibilizada para o restante da população.

Enfim, nos anos 90, a internet já se encontra presente no meio popular, mas ainda funciona em redes fechadas, da mesma maneira que funcionavam a ARPANET e CSNET por exemplo. Algumas ligações entre redes norte-americanas e redes de alguns países europeus já tinham sido feitas e tornaram visível a necessidade de uma rede mundial de computadores.

E é então em 1991, no CERN (Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear) que surge um novo modelo de formatação desenvolvido por Tim Berners-Lee e Robert Cailliau: o “World Wide Web” ou Rede Mundial de Computadores, ou “WWW”, como conhecemos hoje. Esse avanço permitiu a navegação e interligação de uma rede mundial, que independia de sistemas fechados de comunicação e abriu portas para o desenvolvimento de *Web Pages* e canais de comunicação pelo mundo todo, popularizando o recurso ao torná-lo mais acessível e intuitivo, se aproximando muito do formato de internet atual. Nessa mesma década, a ARPANET deixou de existir.

A partir do estabelecimento da WWW, torna-se possível criar servidores de informação que circulam imagens, textos, multimídia, uma verdadeira teia de conexões e comunicação. A tecnologia enfim se torna comercial, isso impulsiona que cada vez mais pessoas tenham em suas casas um microcomputador pessoal, um dispositivo que a permita se conectar à rede. Após os anos 90, tanto a internet quanto a tecnologia que a transporta e recebe evoluíram em velocidade altíssima.

A necessidade da venda e as disputas de mercado provocaram essa evolução e por consequência uma maior acessibilidade a essa tecnologia, o uso da internet como recurso em várias esferas sociais além do militar, científico, acadêmico e corporativo, fizeram com que a sociedade estivesse cada vez mais imersa e integrada à rede.

Surge assim a “Sociedade da informação”, a internet ofereceu ao mundo o que nunca antes foi possível, um acesso rápido a qualquer tipo de material cultural ou de entretenimento. Para o mundo empresarial, surgiu uma nova maneira de fazer negócios, circular propaganda e gerar publicidade. Para o público em geral, a internet aparece primeiramente como um novo recurso de pesquisa e aprendizado, o que conversou muito bem com o projeto de alguns países de formar cidadãos “*Info-Alfabetizados*” e evitar a formação de “*Info-excluídos*”, Tal como cita Gago no “Livro Verde Para A Sociedade Da Informação Em Portugal”.

As sociedades não perdem o seu lastro histórico; o desejo da Sociedade da Informação — e do Conhecimento — não faz uma sociedade nova: é antes a renovação de um ideal antigo, a proclamação de uma liberdade desejada, a fome de modernidade e de justiça, como se, de repente, as possibilidades técnicas tornassem insuportáveis os entraves burocráticos, a sufocação autoritária, a privação de informação e de saber. (GAGO, 1997)

A rede agora era um recurso global e o aprendizado da sua utilização foi incentivado a todos, dos mais velhos aos mais jovens. As “*Web-Pages*” possibilitadas pela tecnologia WWW foram sendo cada vez mais popularizadas, cada vez mais modalidades foram surgindo, inclusive aquelas voltadas exclusivamente ao entretenimento.

2.2 Youtube

Com este contexto de maior difusão e acessibilidade da internet estabelecido, surge na primeira década do século a máxima da interação social e compartilhamento de mídia existente na internet, as redes sociais.

Em 2004 são criados o Orkut e Facebook, a popularização dos blogs e fotologs acontece em grande escala e a internet nunca havia sido tão jovem. Essas ferramentas fornecem à sociedade da época a solução de uma das principais necessidades da sua juventude, a auto expressão.

Tanto marcas quanto figuras públicas adentraram esse cenário, e com ferramentas de curtida, compartilhamento e seguidores, foi possível estreitar a relação entre marca e consumidor, ídolo e admiradores e também entre pessoas comuns que agora poderiam sustentar relacionamentos construídos online pela primeira vez.

Nessa época, apesar dos fotologs em alta, e da grande quantidade de imagens sendo veiculadas nas comunidades do Orkut e no feed do Facebook. Ainda não existia uma plataforma onde fosse possível a alocação de vídeos online, é nesse contexto que no ano seguinte, 2005, surge o Youtube.

A plataforma, desenvolvida e lançada por Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim agora possibilita a hospedagem e compartilhamento de conteúdos de vídeo pela internet. Ainda bem simples e rudimentar a plataforma foi comprada no ano seguinte (2006) pela Google, evidenciando o potencial comercial que a ferramenta (Youtube) tinha.

Após a aquisição, o site passou por diversas atualizações e adição de novas funcionalidades que contribuíram para a sua popularização ao longo dos anos. Hoje em dia, é a maior plataforma de vídeo da internet e o segundo site mais acessado do mundo, perdendo apenas para o buscador Google. Em 2019, cerca de 2 bilhões de usuários mensais, mais de 1 bilhão de horas de conteúdo sendo consumidas diariamente na plataforma, que está disponível em 80 idiomas e com versões locais da empresa em mais de 100 países.

2.3 Educação e aprendizado via Youtube durante a Pandemia do Coronavírus.

A educação à distância não é coisa nova e nem exclusividade da internet. Os primeiros registros de ensino não presencial são de 1728, nos Estados Unidos, onde o professor Caleb Phillips anunciou o envio por correspondência de tutoriais para um curso de taquigrafia no jornal A Gazeta de Boston. Outro marco dessa prática aconteceu na Alemanha, em 1856, quando dois professores da Sociedade de Línguas Modernas passaram a ensinar francês por correspondência. No mesmo século e ainda por correspondência, nos Estados Unidos nasce a

primeira instituição com fins de desempenhar a Educação à distância, a Chautauqua, que formava alunos em cursos superiores.

No Brasil o ensino à distância fora da internet começa só em 1961 com o Movimento de Educação de Base (MEB), que usava a comunicação via rádio para ajudar na alfabetização de jovens e adultos das camadas mais pobres da população Brasileira. Cinco anos depois, surgem as primeiras emissoras de TV educativas do Brasil, como a TV Universitária de

Pernambuco, TV educativa do Rio de Janeiro, TV Cultura de São Paulo e a TV educativa do Espírito Santo. Na seguinte década, no ano de 1978, a TV Cultura de São Paulo abre em parceria com a Fundação Roberto Marinho, o Telecurso 2º Grau, que transmitia as então denominadas “teleaulas”.

Dessa forma, a educação e o aprendizado por vias de comunicação à distância chegou a ocupar uma das mais importantes vias de comunicação, a Televisão, o que levou a que em 1996, a prática do EaD (Ensino à distância) fosse reconhecida pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), tal fato colaborou para a expansão da modalidade de ensino por todo o Brasil, marcando em 2018 a abertura de 7,1 milhões de vagas nos cursos de educação à distância, um número maior do que as matrículas em cursos presenciais no mesmo ano, que foi de 6,3 milhões.

Não demorou muito para que o Youtube deixasse de ser apenas uma plataforma de entretenimento com vídeos caseiros e profissionais e também se tornasse um portal de educação e informação, abrigando diversos vídeos tutoriais para tarefas simples do dia a dia, confecção de artesanatos e DIY (Do it yourself ou Faça você mesmo) e também para que professores e alunos começassem a criar uma comunidade educacional dentro da plataforma com vídeo aulas de temas acadêmicos, desde lições focadas em vestibular à matérias de educação básica.

Logo o site se tornou um ambiente propício para que professores criassem seus próprios canais especializados em videoaulas gratuitas. A ideia se popularizou e cresceu

muito rapidamente dentro da plataforma, principalmente no nicho de pré-vestibulares, pois a acessibilidade desse tipo de conteúdo aos estudantes facilitava muito na preparação para as provas mais importantes do país.

Esse fenômeno ainda viabilizou casos em que alunos com dificuldade de acesso a esse tipo de formação escolar por conta de um ensino público precário ou dificuldades de locomoção até aos centros educacionais mais próximos pudessem se apropriar deste conhecimento de forma gratuita através do Youtube.

No ano de 2013 a plataforma Youtube Brasil, em uma parceria do Google com a Fundação Lemann, oficialmente abraçou a criação deste tipo de conteúdo ao lançar o canal oficial “Youtube Edu”.

“Se você estiver fazendo uma pesquisa para um projeto, precisando de ajuda em sua tarefa escolar ou apenas querendo aprender algo novo, aqui é o seu lugar!” [...]

“O projeto é uma parceria entre a Fundação Lemann e o Google, para a criação de uma página exclusiva do YouTube, na qual professores, gestores e alunos podem encontrar conteúdos educacionais gratuitos e de qualidade, em Português.

Atualmente em 2021, o canal “Youtube Edu” possui 469 mil inscritos, 25.307.908 visualizações e um total de 24 vídeos com dicas de estudo para o Vestibular do Enem (Exame Nacional do Ensino Médio) e outros conteúdos focados em temas específicos inerentes à prova. O canal também já realizou, ao longo dos X anos que está ativo na plataforma, 4 grandes lives chamadas “Aulão do Enem” que reuniram os principais professores criadores de vídeo aulas da plataforma em uma única transmissão ao vivo de 4 horas onde abordaram os principais temas do vestibular e ofereceram dicas e resoluções das principais dúvidas entre os estudantes brasileiros.

Se apoiando neste exemplo de criação de conteúdo educativo, é possível compreender como o Youtube possibilita um acesso fácil e democrático à informação, livre de taxações ou segregações qualquer pessoa com um acesso a internet pode usufruir de um conteúdo acadêmico e informativo.

Ainda que a internet ainda seja uma limitação em muitos locais do Brasil, é evidente que sua existência favorece o acesso à informação a um número maior de pessoas do que o que antes se tinha na dependência de idas à centros públicos como bibliotecas, museus, escolas e universidades, além da dificuldade de acesso à estes lugares por parte da população mais pobre e marginalizada, seja por problemas de mobilidade ou de dificuldades estruturais enfrentadas por essa parcela da população no momento de ingressar nessas instituições.

Por outro lado, com a internet é possível acessar e consumir informações com volume e velocidade muito maiores, tendo uma dificuldade de acesso muito menor do que a enfrentada no século passado. Segundo a pesquisa realizada pela Agência Brasil, em 2019 o maior motivo daqueles que ainda não possuíam acesso à internet em suas residências se dava pela “falta de interesse” dos moradores, e não por dificuldade de acesso ou falta de conhecimento prévio.

O percentual de domicílios brasileiros que usam a internet subiu de 79,1% para 82,7%, de 2018 para 2019, o que representa alta de 3,6 pontos percentuais (p.p.). Em

2019, no entanto, 12,6 milhões de domicílios ainda não tinham internet. Os motivos apontados foram falta de interesse (32,9%), serviço de acesso caro (26,2%) e o fato de nenhum morador saber usar a internet (25,7%). CRISTINA INDIO DO BRASIL, 2021, Agência Brasil

A internet possibilita que a informação seja compartilhada sem barreiras, democratizando este tipo de tecnologia, muitas pessoas puderam se especializar através de conteúdo disponibilizado online e de graça. Além disso, a internet opera como uma rede, não se limitando a uma unilateralidade de movimento da informação, pois esta, pode partir de todos os lados e conter réplicas e tréplicas de seus receptores. São criadas redes de diálogo que aproximam o ensino à distância das aulas presenciais muito mais do que faz à obtenção de informação através de livros ou enciclopédias, que não geram essa rede de comunicação virtuosa para o aprendizado.

O aprendizado via internet se assemelha ao que Pierre Levý concebe como Inteligência Coletiva, pois estabelece para os conectados, uma rede de diálogo e aprendizado em tempo real e simultâneo, sem limites de espaço.

A inteligência coletiva é “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. LÉVY (2003, p.28)

Essa massa conectada de inteligências que circulam constantemente diversos tipos de conhecimento, pode se tornar um ambiente muito propício para o aprendizado. Com a pandemia do Coronavírus iniciada em 2020, este ambiente virtual ganhou mais forma e mais espaço na vida de inúmeras pessoas que, precisando limitar seu acesso físico às fontes de aprendizado, se voltaram para a internet como recurso essencial para continuar sua vida acadêmica como lhe era possível e ainda se deparar com outras possibilidades de aprendizado fornecidas online.

Em 2020, com a pandemia do Corona Vírus COVID 19, mais de 1,83 milhões de crianças e adolescente ao redor do mundo deixaram de frequentar a escola por conta das medidas de isolamento social, ao mesmo tempo, plataformas de cursos online como Udemty e Hotmart Sparkle, registraram um aumento exponencial em suas inscrições e matrículas. A Udemty divulgou, no mesmo ano, um crescimento mundial de 425% em matrículas em seus cursos online, no Brasil os cursos da plataforma mais procurados foram; Marketing no Instagram (cresceu 130%), edição de vídeos (102%) e desenho (84%).

No Brasil, o crescimento desses cursos específicos segue um padrão que começou a ocorrer mundialmente desde o início da pandemia. Segundo uma pesquisa realizada pela McKinsey & Company, diversas atividades online foram iniciadas simultaneamente pela população mundial a partir do início do isolamento social. Dentre as respostas mais obtidas estão “Online Streaming” e “Ensino à Distância para si ou para os filhos”, estas atividades marcaram as porcentagens mais altas em países de diferentes continentes, Estados Unidos, China, Itália e Brasil.

Segundo o Google Trends, em 2020, o termo “Estudar no exterior” (Study abroad) passou a ser menos procurado no buscador do que em anos anteriores. Em contrapartida, “Estudar online” (Study online) cresceu em número de buscas e ultrapassou o número de pesquisas sobre estudo no exterior.

Ao mesmo tempo, em 2020, a taxa de desemprego no Brasil também cresceu, foi uma alta de 12,9% somente neste ano. Ainda que a Udemty e a Hotmart Sparkle sejam plataformas que oferecem serviços pagos, seus números em 2020 servem de amostra para concluir que o povo Brasileiro, durante a pandemia, procurou aprender mais. Seja pela necessidade de uma renda extra ou para crescimento pessoal, o maior contato com as plataformas de ensino online evidencia que os usuários estão sendo estimulados por fatores globais e regionais a explorar os serviços disponibilizados pelas plataformas de ensino à distância.

Se prova assim, a potencialidade da internet para a formação educacional e especialização de profissionais de diversas áreas, assim como a existência de um cenário e público alvo voltados, em grande escala, para este tipo de conteúdo. A websérie “Faça Você Mesmo, Hoje” tem como objetivo se projetar neste ambiente e oferecer ao seu público alvo uma modalidade gratuita de aprendizado para a criação de vídeos, indo de encontro à crescente procura por especialização nessa área.

3. Websérie, uma modalidade de aprendizado.

Uma web série nada mais é do que uma adaptação de formato das séries e minisséries, um conteúdo pré existente e altamente difundido pela TV para um novo formato, a internet. Com o objetivo de justificar o surgimento de tal processo, Dorneles Daniel Barros Neves e Eutália Silva Ramos (2015) explicam que essa adaptação acontece em razão de uma demanda do público interessado em consumir seus conteúdos preferidos em um computador pessoal com acesso à internet, onde se pode convergir trabalho e entretenimento, realizando várias tarefas ao mesmo tempo.

Se trata de fato de um formato híbrido, se os espectadores se encontravam em uma mudança de hábitos de consumo de somente TV para TV e Internet, ao mesmo tempo o mercado também se adaptava para a criação de conteúdos que pudessem convergir a atenção destes consumidores.

O surgimento da Websérie, portanto, foi essencial para estabelecer uma ligação entre as mídias TV e Internet, se utilizando de modelos de sucesso da TV e os reproduzindo paralela ou complementarmente na internet, gerando pontes entre essas duas plataformas. Assim como as séries e minisséries de TV, as webséries também são organizadas em episódios de tempo similar, de forma a discorrer um conteúdo ou contar uma história em capítulos.

Ainda que o formato das séries de internet se assemelha muitíssimo ao formato utilizado nas séries de televisão, pois “não houve tempo para que fosse estabelecida uma linguagem própria [...] para a Web, principalmente porque essa linguagem se desenvolve constantemente” (GOSCIOLA, 2013, p. 113), são claras as particularidades que a internet proporcionou para o formato, desde a diminuição do orçamento direcionado às produções ao tempo de duração dos episódios.

Outro diferencial das Webséries em comparação às séries de TV é a interação entre o conteúdo e o espectador, um canal de comunicação que tira do espectador a função de receptor passivo, e permite que o mesmo possa intervir e dialogar com o conteúdo. Se diferenciando totalmente das mídias tradicionais, a internet oferece até mesmo em um conteúdo adaptado como as webséries, a oportunidade de interação e de comunicação em rede entre os receptores e transmissores de conteúdo e entretenimento.

No Youtube e demais plataformas de vídeo online, é possível encontrar uma grande diversidade de webséries lançadas, financiadas ou de maneira independente, o formato está sempre em atividade e continua se adaptando às tendências do Youtube e das redes sociais

A Websérie desenvolvida neste projeto busca desenvolver em três episódios uma narrativa didática de produção de vídeos, neste ponto, a comunicação entre público e criador será essencial e incentivada. Os espectadores poderão compartilhar seus avanços e dúvidas em seus projetos pessoais na sessão de comentários dos episódios no Youtube.

Cada episódio terá aproximadamente 20 minutos de duração e serão lançados durante três semanas, sendo um episódio por semana, toda segunda-feira.

3.1 Público Alvo da Websérie

Como mencionado na introdução deste trabalho, para determinar e compreender o público alvo do projeto “Faça você mesmo, hoje”, foi necessário conhecer as reais necessidades e dúvidas de pessoas que pretendem se tornar produtoras de conteúdo. Para tal, foi desenvolvida uma pesquisa simples contendo 6 perguntas, que ajudariam a detalhar os problemas enfrentados pela maioria dos entrevistados.

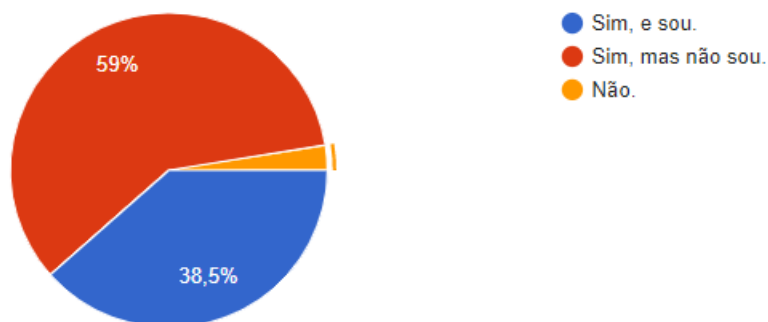
A pesquisa foi lançada na plataforma Google Forms, do Google. Teve um total de 39 respostas e foi compartilhada via grupos de Whatsapp e posts na rede social Twitter. A seguir estão listadas as questões realizadas e as respostas recolhidas, juntamente à um gráfico fornecido pela plataforma Google Forms.

3.1.2 Você já pensou em ser criador de conteúdo? Pode ser em qualquer plataforma.

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Figura 1- Gráfico de setores referente à questão um

Você já pensou em ser criador de conteúdo? Pode ser em qualquer plataforma.
39 respostas



Fonte: do autor

A questão teve como objetivo avaliar se aqueles indivíduos que possuem aspiração a se tornarem produtores de conteúdo online, conseguiram atingir seu propósito.

Os resultados revelam que a maioria dos participantes já possuiu ou possui o desejo de se tornar produtor de conteúdo, mas por algum, ou alguns motivos, não conseguiram realizar.

Estes motivos foram abordados nas questões seguintes.

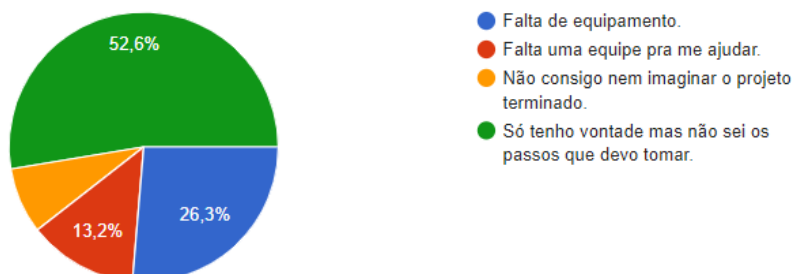
3.1.3 O que geralmente te impede de concluir seus projetos?

Foram obtidas 38 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Figura 2- Gráfico de setores referente à questão dois

O que geralmente te impede de concluir projetos?

38 respostas



Fonte: do autor.

Aqui se procurou explorar o principal motivo da não conclusão de um projeto, o que poderia explicar o fato de que muitos daqueles que possuem o desejo de produzir conteúdo, não se tornarem criadores.

As respostas mais obtidas foram “Falta de equipamento” e “Só tenho vontade mas não sei os passos que devo tomar” liderando com mais da metade das respostas. Isso evidencia a falta de perspectiva que o criador em potencial enfrenta diante de uma ideia.

Uma vez sendo qualificado na primeira pergunta que a maioria das pessoas possui idéias e vontade de criar conteúdo, nesta segunda questão fica claro que somente idéias e vontade não são capazes de tirar uma idéia do papel, para a maioria dos entrevistados é necessário um guia para a tomada de passos seguintes em direção a realização e conclusão de seu projeto.

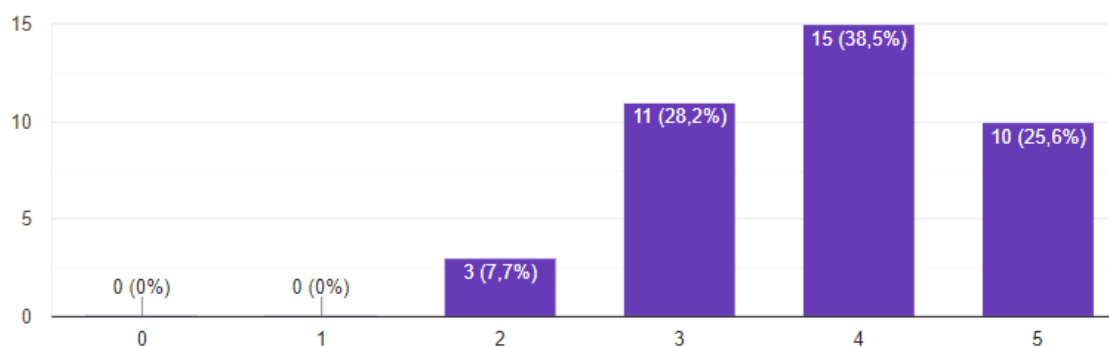
3.1.4 Em uma escala de 0 a 5. O quão difícil você acha que é, de maneira independente: planejar, estruturar, fazer e lançar um produto audiovisual na internet?

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Figura 3- Gráfico de setores referente à questão três

Em uma escala de 0 a 5. O quão difícil você acha que é, de maneira independente: planejar, estruturar, fazer e lançar um produto audiovisual na internet?

39 respostas



Fonte: do autor.

Foi preciso procurar entender como se enxerga o processo da produção de conteúdo em questão de dificuldade. Relacionando com as perguntas anteriores, os resultados se complementam e evidenciam que o problema mais recorrente é “como fazer?” Ou seja, a maior dificuldade dos criadores está em saber os passos de execução do projeto, e não necessariamente em conceber suas ideias. Isso se confirma na terceira questão quando o nível mais alto de dificuldade (nível 5) não foi tão selecionado pelos entrevistados como foram os níveis mais intermediários (3 e 4).

De certa forma, é possível concluir que há um senso comum aos criadores em potencial, o de que existe uma dificuldade razoável para o desenvolvimento de um projeto, mas tendo as marcas mais medianas de dificuldade atingido a maior quantidade de votos, foi possível concluir que, para os entrevistados, o processo de concepção de um conteúdo para a internet poderia ainda ser mais difícil do que realmente é, enquadrando assim este processo como um desafio possível.

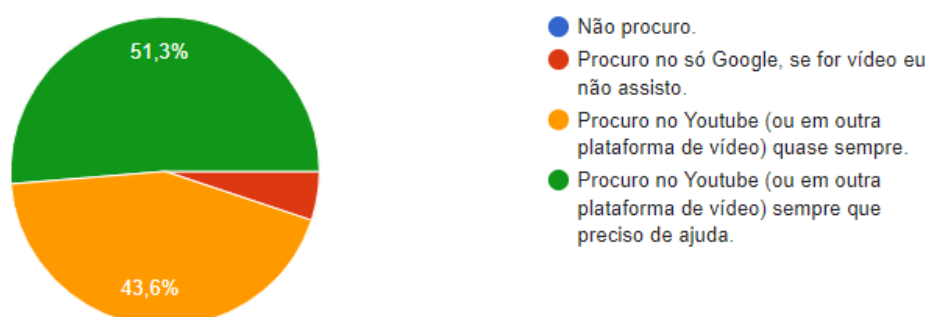
3.1.5 Quando você não sabe como fazer alguma coisa, com que frequência você busca ajuda no Youtube? (ou em outra plataforma de vídeo)

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Figura 4- Gráfico de setores referente à questão quatro

Quando você não sabe como fazer alguma coisa, com que frequência você busca ajuda no Youtube? (ou em outra plataforma de vídeo)

39 respostas



Fonte: do autor.

Uma vez que este presente trabalho tem como objetivo oferecer dicas e soluções para criadores de conteúdo em potencial, foi necessário saber dos avaliados, a frequência com a qual os mesmos fazem o consumo deste tipo de conteúdo. Vídeo aulas, tutoriais ou dicas em formato de vídeo no Youtube ou em outra plataforma.

Os resultados foram positivos para a criação de soluções nesse formato, 0% dos entrevistados optam por não procurar ajuda na internet, e uma porcentagem mínima não consome dicas e tutoriais em vídeo (5,1%).

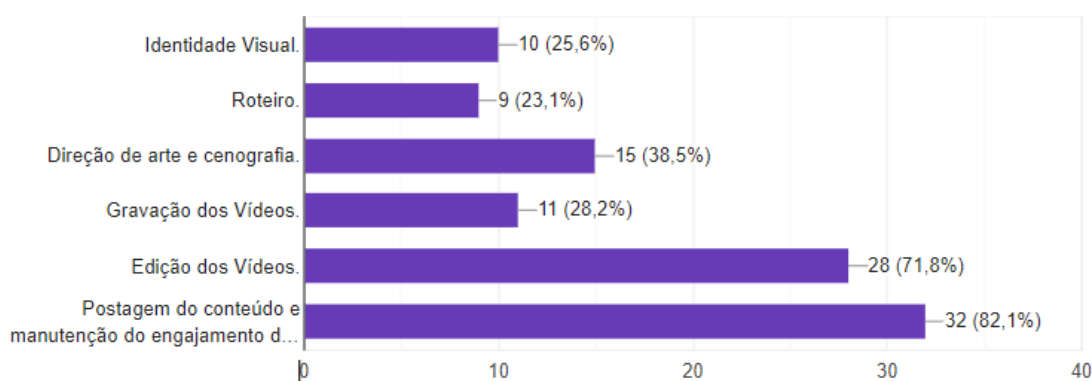
3.1.6 Qual etapa você consideraria mais difícil ao criar um canal no youtube? Pode marcar mais de uma.

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Figura 5- Gráfico de setores referente à questão cinco

Qual etapa você consideraria mais difícil ao criar um canal no youtube? Pode marcar mais de uma.

39 respostas



Fonte: do autor.

Agora direcionando mais o questionamento levantado na pergunta 3, foi perguntado especificamente sobre a dificuldade de criação de um canal na plataforma Youtube, e quais das etapas descritas seriam consideradas mais difíceis nesse processo para assim determinar em que ponto a maioria dos criadores precisa de orientação e guia para o desenvolvimento da sua ideia.

Foi levantado que, as etapas de pré-produção oferecem menos preocupação aos criadores quanto dificuldade de execução, processos como roteirização, definição de identidade visual e até a própria gravação são processos os quais os votantes têm ou teriam menos dificuldade em realizar.

Já os processos de pós-produção e lançamento foram eleitos os mais difíceis para a maioria, sendo postagem do conteúdo e monitoramento de engajamento o tópico mais votado com 82,1% e reunindo quase todos os votos.

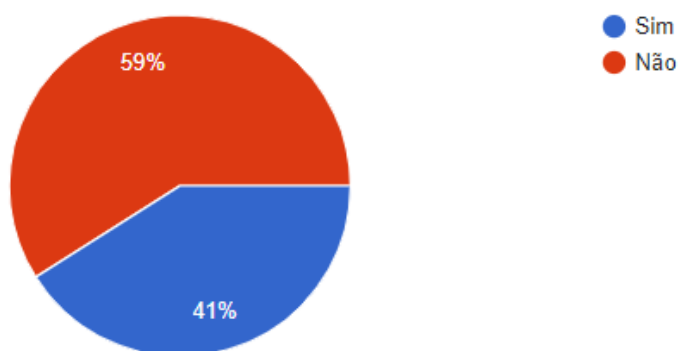
3.1.7 Você acha que em geral os conteúdos que você consome quebram algum padrão das grandes produções? (Isso vale para filmes, séries, conteúdos de internet e redes sociais).

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Figura 6- Gráfico de setores referente à questão seis

Você acha que em geral os conteúdos que você consome quebram algum padrão das grandes produções? (Isso vale pra filmes, séries, conteúdo de internet e rede sociais).

39 respostas



Fonte: do autor.

Por último, a pesquisa teve o objetivo de entender o quanto se busca conteúdo independente ou realizado fora dos moldes das grandes produções. É necessário que se entenda o que se consome para que seja feita uma estimativa do que se pode produzir.

Ainda que com baixo orçamento e de maneira independente, seja possível produzir, também é preciso levar em conta o que vem sendo consumido, fugir totalmente do padrão pode não atrair espectadores, mas se adequar demais ao padrão pode gerar resultado semelhante, além de que os níveis estabelecidos pelas grandes produções são difíceis de se alcançar com baixo orçamento.

Conforme os resultados da pesquisa, se observa que a maioria dos entrevistados não consome produções que se diferenciam dos padrões da grande mídia, isso significa que fora destes padrões, existem muitos formatos de conteúdo a serem explorados e oferecidos como algo novo a estes espectadores. Entretanto também é verdade que existe um público acostumado com o mesmo tipo de conteúdo, e é necessário entender a mentalidade desse consumidor antes de iniciar uma produção para a internet, pois se opor ou se afastar totalmente destes padrões pode levar o público a perder o interesse no produto.

Conclui-se enfim que, o público alvo da websérie “Faça você mesmo, hoje” tem problemas parecidos no que se refere ao processo de criação de conteúdo.

4. MEMORIAL

Neste capítulo iremos explorar o desenvolvimento e da websérie “Faça Você Mesmo Hoje”, desde a sua concepção, execução, viabilidade e pós produção.

4.1 CONCEPÇÃO:

O projeto se concebeu após três tentativas diversas de abordagem ao tema. Abordagens que passaram por roteiro, estruturação de storyboard, gravação e edição, mas que, entretanto, não conseguiram comunicar bem o assunto selecionado na pré-produção. As primeiras abordagens exploraram uma visão cinematográfica e subjetiva do tema, com cortes conceituais e uso de uma linguagem mais abstrata acerca do assunto.

Foi então na tentativa de aproximar a peça de algo mais simples e objetivo que se concebeu o formato de tutorial, peças gravadas com a câmera no formato web-cam e material de captura de tela compuseram os quatro episódios da websérie e a estruturam como uma video-aula mais dinâmica e bastante afastada do conceito inicial utilizado nas primeiras filmagens do projeto.

4.2 EXECUÇÃO:

Depois da concepção da ideia o processo de execução foi mais simples, um roteiro foi estruturado com tópicos objetivos para serem abordados durante o tutorial.

Os quatro episódios seguiram a ordem lógica usada durante a própria produção do tutorial. Primeiro (como visto no episódio um) se abriu um canal no YouTube e criou-se a sua identidade visual. Depois, antes de iniciar o processo de gravação, foram preparadas a câmera e a iluminação (assim como no segundo episódio). Com tudo preparado, iniciou-se o processo de roteirização, gravação e, posteriormente, de edição (tratados no episódio três). Por fim, os vídeos depois de concluídos foram postados na plataforma (processo registrado no episódio quatro).

Episódio 1:

- Abrir um canal no Youtube;
- Verificar quais as imagens necessárias para a capa;
- Procurar um software grátis;
- Fazer uma pesquisa de referência no Pinterest;
- Criar a identidade visual (incluindo logo);
- Subir tudo no canal do Youtube;
- Como fazer uma abertura? Mostrar sites grátis.

Episódio 2:

- Que tipo de câmera usar, explicar que o celular serve, e quais as outras opções;
- Demonstração de como é cada câmera que eu tenho e quanto custa uma câmera mais cara;
- Demonstração de como é cada luz que eu tenho e quanto custa uma luz mais cara.

Episódio 3:

- Roteiro - mostrar os antigos e falar sobre os diferentes tipos de organização de guia;

- Em qual programa editar? Apresentar um programa básico da edição: separar o que vou querer na hora da gravação;
- Desmembrar o projeto do primeiro ep;
- Mostrar onde pegar uma musiquinha sem direitos autorais: Youtube Music Studio;
- Compartilhar dicas de exportação. Qual tamanho é o ideal.

Episódio 4:

O projeto teve como objetivo apresentar técnicas e dicas de cada um dos processos de produção de um canal para o YouTube, ao longo de seus episódios se abordam etapas diferentes dessa produção e, a fim de gerar um conteúdo metalinguístico, a cada episódio se aplicou as técnicas abordadas no próprio vídeo e nos vídeos anteriores.

Por tal motivo, apenas o episódio quatro possui um roteiro completo e extenso, pois foi no episódio anterior (episódio três) que se tratou pela primeira vez da roteirização de um episódio.

Quadro 1: Roteiro do Episódio 4

VIDEO	ÁUDIO
VINHETA FAÇA VOCÊ MESMO HOJE	TRILHA SONORA INSTRUMENTAL
JOSÉ PAULO GC: FAÇA VOCÊ MESMO HOJE	VAMOS COMEÇAR MAIS UM EPISÓDIO, ESSE VAI SER O ÚLTIMO DA NOSSA SÉRIE DE CRIAÇÃO PRO YOUTUBE E AQUI A GENTE VAI FALAR DOS PROCESSOS FINAIS. COMO SUBIR UM VÍDEO NO

<p>GRAVAÇÃO DE TELA: PÁGINA DE POSTAGEM DO YOUTUBE</p>	<p>YOUTUBE, THUMBNAIL, TAGS E OUTRAS COISAS QUE PODEM AJUDAR O SEU VÍDEO A TER MAIS ALCANCE NA PLATAFORMA, VAMOS LÁ.</p> <p>DEPOIS QUE VOCÊ JÁ TIVER FINALIZADO UM VÍDEO, SÓ VAI FALTAR POSTAR, PRA ISSO VOCÊ VAI ENTRAR AQUI NO YOUTUBE, CLICAR NO ÍCONE “CRIAR”, DEPOIS EM ENVIAR VÍDEO, E SELECIONAR ARQUIVOS.</p> <p>EU VOU POSTAR AGORA O PRIMEIRO EPISÓDIO DA SÉRIE FAÇA VOCÊ MESMO HOJE, QUE VOCÊ JÁ DEVE TER VISTO.</p> <p>ENQUANTO A GENTE ESPERA O VÍDEO FAZER O UPLOAD NÓS VAMOS PREENCHER ALGUMAS INFORMAÇÕES AQUI NESSA TELA. E ATENÇÃO PROS DETALHES, PRIMEIRO O TÍTULO DO VÍDEO, QUE PODE SIM SER GRANDE E É ATÉ MELHOR QUE SEJA, PRA QUE VOCÊ POSSA COLOCAR PALAVRAS CHAVES QUE VÃO AJUDAR AS PESSOAS A ENCONTRAR SEU VIDEO NA BARRA</p>
--	--

<p>TELA: THUMBNAIL DO VÍDEO OCUPANDO A TELA TODA</p>	<p>DE PESQUISA. O MEU POR EXEMPLO VAI SER, TUTORIAL - FAÇA VOCÊ MESMO HOJE - CRIE SEU PRÓPRIO CANAL PARA O YOUTUBE - EPISÓDIO 1, ASSIM EU JÁ TENHO VÁRIAS PALAVRAS CHAVES NO MEU TÍTULO.</p> <p>DEPOIS DISSO TEMOS A DESCRIÇÃO, AQUI A GENTE VAI TER O MESMO OBJETIVO DO TÍTULO, DESCREVER O CONTEÚDO USANDO MUITAS PALAVRAS CHAVES QUE VÃO AJUDAR A AUMENTAR SEU ALCANCE. DESCREVA TUDO O QUE ACONTECE NO SEU VÍDEO AQUI, COLOQUE LINKS E ATÉ MESMO FONTES QUE VOCÊ CITO DURANTE O VÍDEO. USE HASHTAGS TAMBÉM, ELAS VÃO MARCAR SEU VÍDEO EM CATEGORIAS E APARECERÃO PARA USUÁRIOS QUE SE INTERESSEM POR ESSES TEMAS. DEPOIS COLOQUE TAMBÉM LINKS PARA SUAS CONTAS EM OUTRAS PLATAFORMAS E OUTRAS REDES PARA QUE AS PESSOAS POSSAM TE ACHAR LÁ TAMBÉM.</p>
--	--

GRAVAÇÃO DE TELA: PÁGINA DE
POSTAGEM DO YOUTUBE

FAÇA O UPLOAD DE UMA THUMBNAIL, ISSO É IMPORTANTE PORQUE VAI SER A VITRINE DO SEU VÍDEO, SEGUINDO AS ESPECIFICAÇÕES AQUI DO YOUTUBE, FIZ ESSA THUMBNAIL PRO PRIMEIRO EPISÓDIO, ELA TEM UMA DIMENSÃO DE 1280X720 PIXELS E EU FIZ NO GIMP ASSIM COMO NÓS VIMOS NESSE EPISÓDIO UM.

CRIE TAMBÉM UMA PLAYLIST, É SÓ CLICAR EM “SELECIONAR”, DEPOIS “NOVA PLAYLIST” E ENTÃO DAR UM NOME, AQUI VAMOS POR “FAÇA VOCÊ MESMO HOJE” OK. AS PLAYLISTS VÃO AJUDAR MUITO SEUS VISUALIZADORES A ENCONTRAREM O VÍDEO QUE PROCURAM DENTRO DO SEU CANAL.

POR ÚLTIMO, CLIQUE EM MOSTRAR MAIS E AQUI TENHA TENTE PREENCHER O MÁXIMO DE CAMPOS O POSSÍVEL, PRINCIPALMENTE O CAMPO DAS TAGS, AQUI POR EXEMPLO EU VOU ESCREVER TUTORIAL, YOUTUBE, VIDEO, PORTUGUÊS, BRASIL, CRIAÇÃO E CANAL.

DEPOIS VAMOS SÓ ADICIONAR UMA TELA FINAL PRO VÍDEO, PRA ISSO É SÓ CLICAR EM ELEMENTOS DO VÍDEO, E DEPOIS NO BOTÃO ADICIONAR, DENTRO DA ABA ADICIONAR UMA TELA FINAL. AQUI NÓS VAMOS ESCOLHER UM LAYOUT DE TELA FINAL COM AS INDICAÇÕES QUE APARECERÃO NO FIM DO SEU VÍDEO, ESTIMULANDO QUEM VÊ A CONTINUAR NO SEU CANAL OU SE INSCREVER SE NÃO FOR INSCRITO. EU VOU USAR O LAYOUT DE 1 VÍDEO, UMA PLAYLIST E UM BOTÃO DE INSCRIÇÃO. VOU CONFIGURAR PARA QUE O VÍDEO INDICADO SEJA SEMPRE O MEU VÍDEO MAIS RECENTE, EM PLAYLIST VOU COLOCAR A QUE NÓS CRIAMOS. AQUI EMBAIXO EU POSSO ESCOLHER EM QUAL MOMENTO DO FIM DO VÍDEO ELAS VÃO APARECER NA TELA.

VOCÊ TAMBÉM PODE ADICIONAR CARDS, QUE FUNCIONAM COMO LINKS QUE VÃO APARECER DURANTE O VÍDEO, SE VOCÊ CITOU ALGUM MATERIAL EM VÍDEO NO YOUTUBE OU INDICOU ALGUMA

PLAYLIST SUA, COLOQUE NOS CARDS PARA QUE SEJA MAIS FÁCIL SE DIRECIONAR DIRETO PRO VÍDEO QUE VOCÊ CITOU.

NA ABA DE VERIFICAÇÃO, AGUARDE PRA VER SE O SEU VÍDEO NÃO VAI SER BARRADO POR DIREITOS AUTORAIS E DE IMAGEM, SE VOCÊ SEGUIU O PROCESSO QUE NÓS USAMOS NOS EPISÓDIOS ANTERIORES, NÃO TEM PORQUE ESSA PARTE DAR ERRADO.

EM VISIBILIDADE, É SÓ MARCAR A OPÇÃO “PÚBLICO”E DEPOIS EM SALVAR E PRONTO AGORA É SÓ ESPERAR O SEU UPLOAD E SEU VÍDEO JÁ VAI ESTAR PUBLICADO.

DEPOIS DE PUBLICADO, VOCÊ PODERÁ CONFERIR A ABA DE ESTATÍSTICAS DO SEU VÍDEO, PRA ISSO VÁ EM YOUTUBE STUDIO, DEPOIS EM ESTATÍSTICAS, AQUI ESTÃO AS ESTATÍSTICAS DO SEU CANAL COMO UM TODO MAS VOCÊ PODE TAMBÉM VER UM VÍDEO ESPECÍFICO CLICANDO NELE AQUI EMBAIXO. FIQUE SEMPRE DE OLHO

JOSÉ PAULO
GC: FAÇA VOCÊ MESMO HOJE

NESSAS INFORMAÇÕES PARA PODE MELHORAR COISAS NOS SEUS VÍDEOS COMO TEMPO DE DURAÇÃO, DE ACORDO COM O TEMPO DE PERMANÊNCIA NOS SEUS VÍDEOS, QUALIDADE DO VÍDEO, DE ACORDO COM A PLATAFORMA ONDE MAIS SE ACESSA SEUS VÍDEOS E ETC, AQUI NESSA PÁGINA VAI SER ONDE VOCÊ TERÁ ACESSO MÁXIMO AO FEEDBACK DO SEU PÚBLICO.

A MINHA ÚLTIMA DICA É, ESTEJA TAMBÉM EM OUTRAS REDES SOCIAIS, É CLARO QUE VOCÊ NÃO PRECISA ESTAR EM TUDO PORQUE O SEU CONTEÚDO TALVEZ NÃO SE ENCAIXE EM TUDO, MAS ESTAR EM PELO MENOS MAIS UMA REDE SOCIAL E FALAR DO SEU CANAL LÁ PODE TRAZER PESSOAS PRO SEU YOUTUBE, REPOSTE TRECHOS DE VÍDEOS, FAÇA UM CONTEÚDO PARALELO, CAIXINHAS DE PERGUNTAS SOBRE O CONTEÚDO DO SEU CANAL E ATÉ MESMO SOBRE VOCÊ, ESSE ENGAJAMENTO VAI SE ESTENDER PRO SEU YOUTUBE COM O TEMPO E EXPANDIR O SEU

<p>VINHETA: FAÇA VOCÊ MESMO HOJE</p>	<p>ALCANCE TRAZENDO INSCRITOS DE OUTRAS PLATAFORMAS.</p> <p>É ISSO, É CLARO QUE O MUNDO DO ALGORITMO DO YOUTUBE É MUITO COMPLEXO E ESTÁ LONGE DE SER PERFEITO, SEGUIR TODOS ESSES PASSOS INFELIZMENTE NÃO É UMA GARANTIA DE QUE O SEU CANAL VÁ ESTOURAR RÁPIDO E DAR SUPER CERTO, TUDO DEPENDE NA INTERNET, MAS SE VOCÊ PRODUZIR UM CONTEÚDO LEGAL E BEM FEITO, E TAMBÉM TENTAR SE APRIMORAR EM USAR AS FERRAMENTAS QUE O SITE NOS DÁ PARA MONITORAR O ENGAJAMENTO DO CANAL, PODE SER SIM QUE VOCÊ ALCANCE UM PÚBLICO INTERESSANTE PRO SEU CANAL, EU ESPERO QUE VOCÊ CONSIGA.</p> <p>TRILHA SONORA SOBE E DEPOIS FADE OUT</p>
--------------------------------------	---

Fonte: do autor.

4.3 Viabilidade:

O formato de vídeo com captura de tela, seja em lives ou em material gravado, está em alta nos últimos anos, e recentemente com a pandemia o formato foi ainda mais popularizado através de lives de jogos, arte, e até mesmo de tutoriais semelhantes ao do projeto.

Além disso, o conteúdo tutorial dentro do tema de criação de conteúdo também está em alta, por isso é razoável afirmar que o produto poderia ter um alcance interessante nas plataformas de vídeo e redes sociais.

4.4 Pós Produção:

O material em vídeo foi gravado em dois meios, pelo celular iphone SE usando o aplicativo “Camo” conectado ao computador e funcionando como uma câmera web-cam. Já a tela do computador, assim como as faixas de áudio do desktop e da voz foram gravadas através do software “OBS Studio”

A edição foi feita com os softwares do pacote adobe, corte do vídeo e trilha sonora foram agrupados no Adobe Premiere Pro, as ilustrações usadas em algumas animações foram feitas no Adobe Photoshop, as animações foram feitas no Premiere e também no Adobe After Effects.

Os episódios seguiram um único padrão de edição, cortes secos que retiraram apenas erros na gravação e momentos de divagação. Os vídeos são relativamente longos, mas essa característica se justifica pela presença de uma didática detalhada e que parte do mais básico do processo de criação do canal, gravação e edição, e portanto toma mais tempo de vídeo para explicações.

O episódio 4 porém, se diferencia dos demais por ser o único episódio em que se aplicam todas as técnicas demonstradas nos vídeos anteriores, nele, foi seguido um roteiro mais estruturado e complexo para a gravação, e a edição foi feita conforme as dicas do episódio 3.

Considerações Finais

Os três episódios inicialmente propostos para a mini websérie “Faça Você Mesmo Hoje” acabaram se tornando insuficientes para a quantidade de assuntos a serem abordados pelo projeto. Por isso, para evitar um tempo excessivo de vídeo em cada episódio, foi adicionado um quarto, fazendo com que a distribuição de assuntos tratados fosse; Episódio um: Criação do Canal e Identidade visual; Episódio dois: Câmera e Iluminação; Episódio três: Roteiro e Edição; Episódio quatro: Postagem e Monitoramento.

A concepção dos vídeos passou por diversas abordagens e recomeços antes de assumir a identidade final do material. Duas concepções mais artísticas e abstratas foram gravadas e editadas previamente, porém, foi constatado durante o processo de pós produção que essas abordagens não se adequaram perfeitamente ao nicho de tutorial, porque eram pobres em didática e dependiam de muito subtexto e interpretação subjetiva do espectador para que se transmitisse as informações proposta com êxito. Foi assim que se firmou a abordagem final do projeto, se organizando como um tutorial mais simples, ela utiliza gravação de tela e enquadramento de câmera único para exemplificar de uma maneira mais prática todos os processos de criação de um canal na plataforma do YouTube.

As gravações e edição também foram mais objetivas, economizando em recursos avançados de captura e edição se pode entregar um material mais rápido e compacto, visando a produção mais simples para a internet e entrando em metalinguagem com o tipo de material que é ensinado no tutorial.

Por fim, os quatro vídeos foram postados no canal assim que se encerrou a gravação do último episódio, a partir disso restará aguardar a repercussão dos vídeos na plataforma para que se aplique ao canal as correções quanto ao engajamento na plataforma proposta no episódio 4 “Postagem e Engajamento”.

Os episódios resumiram de maneira simples a construção de um canal no YouTube, foi circunstancial que se usasse essa abordagem após tentativas falhas de se atingir uma complexidade maior nos vídeos produzidos no início do projeto que acabaram não entrando no material final. Seja por menos tempo de produção restando até a entrega, como também a necessidade de adaptar a linguagem para um formato didático, entendo que o conteúdo propunha um tutorial e não um material artístico. Essa diferenciação entre proposta e material produzido foi essencial para que se alcançasse um produto conciso e coerente com todo o trabalho de pesquisa acerca do tema.

Foi de fato um trabalho árduo traduzir um processo criativo de maneira simples e objetiva pois, na visão do autor, o processo criativo acontece de maneira complexa por si só e não se é estritamente necessário que se reduza tal complexidade de uma obra audiovisual apenas para fins de compreensão simples e rápida de seus consumidores finais. Contudo, se adaptar a demanda, “cortando” lapsos criativos e deixando de fora idéias mais extravagantes, não deixou de ser um exercício saudável, e até mercadológico, para a produção audiovisual.

Uma produção simples e contida requer muito mais organização, ela necessita de uma estruturação restrita à normas, diferente de uma produção inteiramente criativa. Tal condição exercita o básico da produção, processos como, roteirização, decupagem, organização de material, preparação de locação e cenário, pós produção e sobretudo linguagem; se tornam muito mais desafiadores quando precisam atender à um conjunto de limitações criativas, porém, funcionam melhor para um projeto que tem como um de seus principais objetivos transmitir a informação através de seu conteúdo.

Finalmente, como consideração final do projeto, fica o termo “aprendizado”. Foi um aprendizado construir um conteúdo onde não se pudesse arriscar propor uma ideia sem que se tivesse completa certeza de que essa ideia chegaria sem ruídos ao espectador. Foi um aprendizado se ater a uma linguagem que ensinasse apenas, que não tentasse gerar nenhum tipo de provocação ou divagar sobre temas mais abstratos. Enfim, “Faça Você Mesmo Hoje”

foi por completo um exercício de luta contra a subjetividade, mas na sua conclusão pode se tornar um exemplo do que se propunha ainda na fase de concepção do projeto; fazer um material audiovisual com recursos simples e caseiros é um desafio de várias formas, contudo, é possível.

Assista a Websérie ‘Faça Você Mesmo Hoje’ em:

<https://youtube.com/playlist?list=PLI-MPgujmYpQx8SowfMDd5PvRa33BXZFE>

Referencial Bibliográfico

INDIO, Cristina. Sobe para 82,7% percentual de domicílios com internet, diz IBGE. **Agência Brasil**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-04/sobe-para-827-percentual-de-domicilios-com-internet-diz-ibge>. Acesso em: 11 de junho de 2021.

GERHARDT ENGEL, Tatiana. SILVEIRA TOLFO, Denise. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em : 11 de junho de 2021.

ABDO, Sara. Matrículas em cursos online crescem 425%; veja que conteúdos são tendência no Brasil e no mundo. **6 Minutos UOL**. Disponível em: <https://6minutos.uol.com.br/carreira/matriculas-em-cursos-online-crescem-425-veja-que-conteudos-sao-tendencia-no-brasil-e-no-mundo>. Acesso em: 11 de junho de 2021.

SOUZA, José Julian Gomes de. CAJAZEIRA, Paulo Eduardo. **Mas afinal, o que é uma websérie documental?** Universidade Federal do Cariri, 2015. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1215-1.pdf> . Acesso em: 11 de Junho de 2021.

FUTURO da Educação Online. **Hotmart**, 2020. Disponível em:
https://blog.hotmart.com/blog/2020/07/report_futuro-educacao-online_hotmart_2020.pdf.
Acesso em 11 de Junho de 2021.

BARAÚNA, Monique Nascimento. **Representações Do Feminino No Canal Do Youtube De Paloma Cipriano**. Taubaté: Universidade de Taubaté, 2019.

GOETHALS, Karen. AGUIAR, Antônia. ALMEIDA, Eugénia. **História da Internet**. Porto: Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 1999-2000.

A história da Internet no Brasil – TecMundo. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=k_inQhpKprg> Acessado em 11 de junho de 2021.

A História da Internet – TecMundo. Disponível em: <
<https://www.youtube.com/watch?v=pKxWPo73pX0>> Acessado em 11 de junho de 2021.

ANEXO A – PRÉ-PROJETO TCC

Introdução

Este trabalho busca servir de apoio ao inexperiente produtor de conteúdo para internet, que se encontra em um sistema de produção e distribuição artístico extremamente plural e sem muitas orientações de como iniciar e prosseguir seu caminho na produção de conteúdo.

A Websérie “Faça você mesmo hoje” tem como principal objetivo, em três episódios, simplificar o modo que, no senso comum, se encara o início de uma carreira profissional no meio da produção de conteúdo. Desmistificar conceitos técnicos e práticos, apresentando possíveis soluções para a falta de recursos e focando-se no uso da criatividade como ferramenta essencial.

A falta de perspectiva para produtores de conteúdo iniciantes é real, assim como aponta a pesquisa de público realizada para este trabalho. Esta falta de perspectiva é causada, sobretudo, pela concentração da informação didática para produção de vídeos em pequenos grupos privilegiados por acesso a equipamentos de alto custo e contatos comerciais para investimento nessas produções.

Não é possível ignorar este problema, suas conseqüências são muito difíceis de serem ultrapassadas pois atingem a sociedade de maneira estrutural, a limitação financeira e social ao acesso à esse tipo de informação está inerente às classes mais baixas e não se pode simplesmente esperar que esse tipo de barreira seja quebrada com determinação e empenho dos interessados em se tornarem criadores de conteúdo ainda que sem recursos.

Porém é necessário buscar forças e novas perspectivas para o estímulo da produção de artes e conteúdos criativos independentes e fortes, que não dependam desse sistema vigente entre os nichos privilegiados da sociedade para se sustentarem como canais de conteúdo original. Feito isso, se espera que com o tempo e com a propagação da informação em níveis mais acessíveis, tal como propõe a websérie “Faça você mesmo, hoje”, possa se formar uma nova comunidade de criação, um novo mercado artístico gerado por esses produtores de forma autêntica e sem a necessidade de adaptação aos padrões vigentes.

É preciso estudar o cenário de produções para a internet e entender seu funcionamento para poder usá-lo a favor destes profissionais emergentes, dominar como o sistema e suas plataformas de publicação funcionam, para então adentrá-los e assim conseguir subverter ao menos uma pequena porção de suas engrenagens.

Este trabalho se apresenta como guia e motivação para artistas que buscam se consolidar na sua autenticidade e se estabelecer no mercado que não foi projetado para eles, criar base, e abrir caminho para seus iguais.

Sendo este trabalho focado nas experiências e aspirações do jovem produtor de conteúdo, foi de extrema importância que se utilizasse no seu desenvolvimento métodos de pesquisa quantitativa, além da pesquisa bibliográfica. Foi essencial recolher relatos de relações com o problema em questão, estes relatos foram buscados em uma pesquisa quantitativa e posteriormente contrastados com dados bibliográficos para que assim fosse possível afirmar com maior precisão os problemas presentes na criação de conteúdo para a

internet e da mesma maneira, apontar soluções coerentes para os mesmos, tal como descrevem *Denise Tolfo Silveira e Fernanda Peixoto Córdova*, no livro “Métodos de Pesquisa”

A pesquisa é a atividade nuclear da Ciência. Ela possibilita uma aproximação e um entendimento da realidade a investigar. A pesquisa é um processo permanentemente inacabado. Processa-se por meio de aproximações sucessivas da realidade, fornecendo-nos subsídios para uma intervenção no real. (DENISE TOLFO, FERNANDA PEIXOTO, 2009, p. 31)

A pesquisa quantitativa não busca quantificar dados, mas sim organizar as possíveis causas do problema por qualidade, da mais recorrente à menos recorrente, estabelecendo assim um índice da intensidade em que tal situação ocorre ao objeto estudado (criadores de conteúdo) e não necessariamente quantificar essas relações.

Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos

à operacionalização de variáveis. (DENISE TOLFO, FERNANDA PEIXOTO, 2009, p. 32)

Para o levantamento dos dados utilizados neste projeto, foi disponibilizado um questionário em uma plataforma online para a pesquisa qualitativa, como fontes de pesquisa bibliográfica foram utilizados bancos de dados das principais plataformas de distribuição de conteúdo online. Artigos acadêmicos foram recorridos para desenvolver o embasamento histórico deste trabalho.

Nos capítulos a seguir serão abordados; uma breve história da internet e uma narração da sua trajetória de uma tecnologia militar até uma ferramenta de uso popular e diário. Também se abordará o surgimento e funcionamento do YouTube, suas principais funções e sua importância como maior plataforma de publicação de vídeos da internet.

Por fim, os capítulos finais apresentarão os tópicos que serão incorporados ao roteiro da websérie “Faça você mesmo, hoje”. Os problemas vivenciados pelo público alvo serão analisados a partir dos dados recolhidos na pesquisa qualitativa, e estes serão discorridos de forma a exemplificar com clareza a proposta da web série em transpor as dificuldades técnicas e criativas das produções independentes.

2. Referencial Teórico

Este capítulo abordará o cenário em que a websérie estará sendo produzida e as estruturas que competem sentido a mesma. Iniciando com uma breve abordagem à história da internet e do Youtube como ferramenta de compartilhamento de conteúdo. Em seguida, será tratado o cenário da educação à distância através do Youtube, seus impactos na sociedade atual e as possibilidades criadas pela ferramenta.

2.1 Nascimento da Internet

Primeiramente, antes de chegarmos ao tópico principal deste capítulo, é necessário preparar terreno para o cenário que vamos adentrar. O Youtube pode parecer um fenômeno isolado hoje em dia, mas não se pode ignorar o local e contexto em que ele se insere; a Internet.

Mesmo se popularizando no Brasil só no final dos anos 90, a Internet começa a tomar forma no fim dos anos 50, num contexto de guerra fria. A mesma corrida armamentista e tecnológica que levou o homem a lua também criou a então denominada ARPA (Agência de Projetos Avançados de Pesquisa) que pode se enquadrar como uma “internet primitiva” que nasce sem o objetivo de compartilhar dados pessoais, mas sim de integrar o sistema de defesa nacional norte americano.

De acordo com o dicionário Houaiss, internet é “rede de computadores dispersos por todo o planeta que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo comum”

(DUMAS, 2014)

Em um mundo polarizado entre EUA e URSS, com a ameaça constante de um dos lados iniciar um ataque nuclear, tecnologia que surge nessa época, foi de extrema importância estratégica desenvolver uma rede de comunicação via satélite, que não poderia ser destruída nem prejudicada em caso de um ataque terrestre às bases militares, impedindo a sua comunicação.

Uma rede que fosse capaz de resistir a uma destruição parcial, provocada por exemplo, por um ataque nuclear. (DUMAS, 2014)

Em 1972 acontece a primeira demonstração pública da tecnologia ARPANET, que nessa época já contava com 15 pontos de comunicação espalhados pelo Estados Unidos, ainda no mesmo ano é criado o *E-mail*, que facilitou a comunicação e o envio de mensagens pela rede.

Nos anos 80, a tecnologia das redes de comunicação da ARPA se expande sendo também disponibilizada para outros nichos além do militar. O acadêmico, interligando algumas das principais universidades norte-americanas através da BitNET, e o científico, que fazia a conexão dos maiores institutos de pesquisa estadunidenses pela CSNET.

Essa adaptação da tecnologia usada pela ARPANET à múltiplas aplicações em outros meios sociais, já contribuía para a evolução e disseminação desse recurso para o uso do restante da população. A internet ainda nessa década iria para o mundo corporativo, se popularizaria e aos poucos se tornaria comercial, sendo disponibilizada para o restante da população.

Enfim, nos anos 90, a internet já se encontra presente no meio popular, mas ainda funciona em redes fechadas, da mesma maneira que funcionavam a ARPANET e CSNET por exemplo. Algumas ligações entre redes norte-americanas e redes de alguns países europeus já tinham sido feitas e tornaram visível a necessidade de uma rede mundial de computadores.

E é então em 1991, no CERN (Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear) que surge um novo modelo de formatação desenvolvido por Tim Berners-Lee e Robert Cailliau: o “World Wide Web” ou Rede Mundial de Computadores, ou “WWW”, como conhecemos hoje. Esse avanço permitiu a navegação e interligação de uma rede mundial, que independia de sistemas fechados de comunicação e abriu portas para o desenvolvimento de *Web Pages* e canais de comunicação pelo mundo todo, popularizando o recurso ao torná-lo mais acessível e intuitivo, se aproximando muito do formato de internet atual. Nessa mesma década, a ARPANET deixou de existir.

A partir do estabelecimento da WWW, torna-se possível criar servidores de informação que circulam imagens, textos, multimídia, uma verdadeira teia de conexões e comunicação. A tecnologia enfim se torna comercial, isso impulsiona que cada vez mais pessoas tenham em suas casas um microcomputador pessoal, um dispositivo que a permita se conectar à rede. Após os anos 90, tanto a internet quanto a tecnologia que a transporta e recebe evoluíram em velocidade altíssima.

A necessidade da venda e as disputas de mercado provocaram essa evolução e por consequência uma maior acessibilidade a essa tecnologia, o uso da internet como recurso em várias esferas sociais além do militar, científico, acadêmico e corporativo, fizeram com que a sociedade estivesse cada vez mais imersa e integrada à rede.

Surge assim a “Sociedade da informação”, a internet ofereceu ao mundo o que nunca antes foi possível, um acesso rápido a qualquer tipo de material cultural ou de entretenimento. Para o mundo empresarial, surgiu uma nova maneira de fazer negócios, circular propaganda e gerar publicidade. Para o público em geral, a internet aparece primeiramente como um novo recurso de pesquisa e aprendizado, o que conversou muito bem com o projeto de alguns países de formar cidadãos “*Info-Alfabetizados*” e evitar a formação de “*Info-excluídos*”, Tal como cita Gago no “Livro Verde Para A Sociedade Da Informação Em Portugal”.

As sociedades não perdem o seu lastro histórico; o desejo da Sociedade da Informação — e do Conhecimento — não faz uma sociedade nova: é antes a renovação de um ideal antigo, a proclamação de uma liberdade desejada, a fome de modernidade e de justiça, como se, de repente, as possibilidades técnicas tornassem insuportáveis os entraves burocráticos, a sufocação autoritária, a privação de informação e de saber. (GAGO, 1997)

A rede agora era um recurso global e o aprendizado da sua utilização foi incentivado a todos, dos mais velhos aos mais jovens. As “*Web-Pages*” possibilitadas pela tecnologia WWW foram sendo cada vez mais popularizadas, cada vez mais modalidades foram surgindo, inclusive aquelas voltadas exclusivamente ao entretenimento.

2.2 Youtube

Com este contexto de maior difusão e acessibilidade da internet estabelecido, surge na primeira década do século a máxima da interação social e compartilhamento de mídia existente na internet, as redes sociais.

Em 2004 são criados o Orkut e Facebook, a popularização dos blogs e fotologs acontece em grande escala e a internet nunca havia sido tão jovem. Essas ferramentas fornecem à sociedade da época a solução de uma das principais necessidades da sua juventude, a auto-expressão.

Tanto marcas quanto figuras públicas adentraram esse cenário, e com ferramentas de curtida, compartilhamento e seguidores, foi possível estreitar a relação entre marca e consumidor, ídolo e admiradores e também entre pessoas comuns que agora poderiam sustentar relacionamentos construídos online pela primeira vez.

Nessa época, apesar dos fotologs em alta, e da grande quantidade de imagens sendo veiculadas nas comunidades do Orkut e no feed do Facebook. Ainda não existia uma plataforma onde fosse possível a alocação de vídeos online, é nesse contexto que no ano seguinte, 2005, surge o Youtube.

A plataforma, desenvolvida e lançada por Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim agora possibilita a hospedagem e compartilhamento de conteúdos de vídeo pela internet. Ainda bem simples e rudimentar a plataforma foi comprada no ano seguinte (2006) pela Google, evidenciando o potencial comercial que a ferramenta (Youtube) tinha.

Após a aquisição, o site passou por diversas atualizações e adição de novas funcionalidades que contribuíram para a sua popularização ao longo dos anos. Hoje em dia, é a maior plataforma de vídeo da internet e o segundo site mais acessado do mundo, perdendo apenas para o buscador Google. Em 2019, cerca de 2 bilhões de usuários mensais, mais de 1 bilhão de horas de conteúdo sendo consumidas diariamente na plataforma, que está disponível em 80 idiomas e com versões locais da empresa em mais de 100 países.

2.3 Educação e aprendizado via Youtube durante a Pandemia do Coronavírus.

A educação à distância não é coisa nova e nem exclusividade da internet. Os primeiros registros de ensino não presencial são de 1728, nos Estados Unidos, onde o professor Caleb Phillips anunciou o envio por correspondência de tutoriais para um curso de taquigrafia no jornal A Gazeta de Boston. Outro marco dessa prática aconteceu na Alemanha, em 1856, quando dois professores da Sociedade de Línguas Modernas passaram a ensinar francês por correspondência. No mesmo século e ainda por correspondência, nos Estados Unidos nasce a

primeira instituição com fins de desempenhar a Educação à distância, a Chautauqua, que formava alunos em cursos superiores.

No Brasil o ensino à distância fora da internet começa só em 1961 com o Movimento de Educação de Base (MEB), que usava a comunicação via rádio para ajudar na alfabetização de jovens e adultos das camadas mais pobres da população Brasileira. Cinco anos depois, surgem as primeiras emissoras de TV educativas do Brasil, como a TV Universitária de

Pernambuco, TV educativa do Rio de Janeiro, TV Cultura de São Paulo e a TV educativa do Espírito Santo. Na seguinte década, no ano de 1978, a TV Cultura de São Paulo abre em parceria com a Fundação Roberto Marinho, o Telecurso 2º Grau, que transmitia as então denominadas “teleaulas”.

Dessa forma, a educação e o aprendizado por vias de comunicação à distância chegou a ocupar uma das mais importantes vias de comunicação, a Televisão, o que levou a que em 1996, a prática do EaD (Ensino à distância) fosse reconhecida pela Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), tal fato colaborou para a expansão da modalidade de ensino por todo o Brasil, marcando em 2018 a abertura de 7,1 milhões de vagas nos cursos de educação à distância, um número maior do que as matrículas em cursos presenciais no mesmo ano, que foi de 6,3 milhões.

Não demorou muito para que o Youtube deixasse de ser apenas uma plataforma de entretenimento com vídeos caseiros e profissionais e também se tornasse um portal de educação e informação, abrigando diversos vídeos tutoriais para tarefas simples do dia a dia, confecção de artesanatos e DIY (Do it yourself ou Faça você mesmo) e também para que professores e alunos começassem a criar uma comunidade educacional dentro da plataforma com vídeo aulas de temas acadêmicos, desde lições focadas em vestibular à matérias de educação básica.

Logo o site se tornou um ambiente propício para que professores criassem seus próprios canais especializados em videoaulas gratuitas. A ideia se popularizou e cresceu

muito rapidamente dentro da plataforma, principalmente no nicho de pré-vestibulares, pois a acessibilidade desse tipo de conteúdo aos estudantes facilitava muito na preparação para as provas mais importantes do país.

Esse fenômeno ainda viabilizou casos em que alunos com dificuldade de acesso a esse tipo de formação escolar por conta de um ensino público precário ou dificuldades de locomoção até aos centros educacionais mais próximos pudessem se apropriar deste conhecimento de forma gratuita através do Youtube.

No ano de 2013 a plataforma Youtube Brasil, em uma parceria do Google com a Fundação Lemann, oficialmente abraçou a criação deste tipo de conteúdo ao lançar o canal oficial “Youtube Edu”.

“Se você estiver fazendo uma pesquisa para um projeto, precisando de ajuda em sua tarefa escolar ou apenas querendo aprender algo novo, aqui é o seu lugar!” [...]

“O projeto é uma parceria entre a Fundação Lemann e o Google, para a criação de uma página exclusiva do YouTube, na qual professores, gestores e alunos podem encontrar conteúdos educacionais gratuitos e de qualidade, em Português.

Atualmente em 2021, o canal “Youtube Edu” possui 469 mil inscritos, 25.307.908 visualizações e um total de 24 vídeos com dicas de estudo para o Vestibular do Enem (Exame Nacional do Ensino Médio) e outros conteúdos focados em temas específicos inerentes à prova. O canal também já realizou, ao longo dos X anos que está ativo na plataforma, 4 grandes lives chamadas “Aulão do Enem” que reuniram os principais professores criadores de vídeo aulas da plataforma em uma única transmissão ao vivo de 4 horas onde abordaram os principais temas do vestibular e ofereceram dicas e resoluções das principais dúvidas entre os estudantes brasileiros.

Se apoiando neste exemplo de criação de conteúdo educativo, é possível compreender como o Youtube possibilita um acesso fácil e democrático à informação, livre de taxas ou

segregações qualquer pessoa com um acesso a internet pode usufruir de um conteúdo acadêmico e informativo.

Ainda que a internet ainda seja uma limitação em muitos locais do Brasil, é evidente que sua existência favorece o acesso à informação a um número maior de pessoas do que o que antes se tinha na dependência de idas à centros públicos como bibliotecas, museus, escolas e universidades, além da dificuldade de acesso à estes lugares por parte da população mais pobre e marginalizada, seja por problemas de mobilidade ou de dificuldades estruturais enfrentadas por essa parcela da população no momento de ingressar nessas instituições.

Por outro lado, com a internet é possível acessar e consumir informações com volume e velocidade muito maiores, tendo uma dificuldade de acesso muito menor do que a enfrentada no século passado. Segundo a pesquisa realizada pela Agência Brasil, em 2019 o maior motivo daqueles que ainda não possuíam acesso à internet em suas residências se dava pela "falta de interesse" dos moradores, e não por dificuldade de acesso ou falta de conhecimento prévio.

O percentual de domicílios brasileiros que usam a internet subiu de 79,1% para 82,7%, de 2018 para 2019, o que representa alta de 3,6 pontos percentuais (p.p.). Em 2019, no entanto, 12,6 milhões de domicílios ainda não tinham internet. Os motivos apontados foram falta de interesse (32,9%), serviço de acesso caro (26,2%) e o fato de nenhum morador saber usar a internet (25,7%). CRISTINA INDIO DO BRASIL, 2021, Agência Brasil

A internet possibilita que a informação seja compartilhada sem barreiras, democratizando este tipo de tecnologia, muitas pessoas puderam se especializar através de conteúdo disponibilizado online e de graça. Além disso, a internet opera como uma rede, não se limitando a uma unilateralidade de movimento da informação, pois esta, pode partir de todos os lados e conter réplicas e trélicas de seus receptores. São criadas redes de diálogo que aproximam o ensino à distância das aulas presenciais muito mais do que faz à obtenção de informação através de livros ou enciclopédias, que não geram essa rede de comunicação virtuosa para o aprendizado.

O aprendizado via internet se assemelha ao que Pierre Levý concebe como Inteligência Coletiva, pois estabelece para os conectados, uma rede de diálogo e aprendizado em tempo real e simultâneo, sem limites de espaço.

A inteligência coletiva é “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. LÉVY (2003, p.28)

Essa massa conectada de inteligências que circulam constantemente diversos tipos de conhecimento, pode se tornar um ambiente muito propício para o aprendizado. Com a pandemia do Coronavírus iniciada em 2020, este ambiente virtual ganhou mais forma e mais espaço na vida de inúmeras pessoas que, precisando limitar seu acesso físico às fontes de aprendizado, se voltaram para a internet como recurso essencial para continuar sua vida acadêmica como lhe era possível e ainda se deparar com outras possibilidades de aprendizado fornecidas online.

Em 2020, com a pandemia do Corona Vírus COVID 19, mais de 1,83 milhões de crianças e adolescente ao redor do mundo deixaram de frequentar a escola por conta das medidas de isolamento social, ao mesmo tempo, plataformas de cursos online como Udemy e Hotmart Sparkle, registraram um aumento exponencial em suas inscrições e matrículas. A Udemy divulgou, no mesmo ano, um crescimento mundial de 425% em matrículas em seus cursos online, no Brasil os cursos da plataforma mais procurados foram; Marketing no Instagram (cresceu 130%), edição de vídeos (102%) e desenho (84%).

No Brasil, o crescimento desses cursos específicos segue um padrão que começou a ocorrer mundialmente desde o início da pandemia. Segundo uma pesquisa realizada pela McKinsey & Company, diversas atividades online foram iniciadas simultaneamente pela população mundial a partir do início do isolamento social. Dentre as respostas mais obtidas

estão “Online Streaming” e “Ensino à Distância para si ou para os filhos”, estas atividades marcaram as porcentagens mais altas em países de diferentes continentes, Estados Unidos, China, Itália e Brasil.

Segundo o Google Trends, em 2020, o termo “Estudar no exterior” (Study abroad) passou a ser menos procurado no buscador do que em anos anteriores. Em contrapartida, “Estudar online” (Study online) cresceu em número de buscas e ultrapassou o número de pesquisas sobre estudo no exterior.

Ao mesmo tempo, em 2020, a taxa de desemprego no Brasil também cresceu, foi uma alta de 12,9% somente neste ano. Ainda que a Udemty e a Hotmart Sparkle sejam plataformas que oferecem serviços pagos, seus números em 2020 servem de amostra para concluir que o povo Brasileiro, durante a pandemia, procurou aprender mais. Seja pela necessidade de uma renda extra ou para crescimento pessoal, o maior contato com as plataformas de ensino online evidencia que os usuários estão sendo estimulados por fatores globais e regionais a explorar os serviços disponibilizados pelas plataformas de ensino à distância.

Se prova assim, a potencialidade da internet para a formação educacional e especialização de profissionais de diversas áreas, assim como a existência de um cenário e público alvo voltados, em grande escala, para este tipo de conteúdo. A websérie “Faça Você Mesmo, Hoje” tem como objetivo se projetar neste ambiente e oferecer ao seu público alvo uma modalidade gratuita de aprendizado para a criação de vídeos, indo de encontro à crescente procura por especialização nessa área.

3. Websérie, uma modalidade de aprendizado.

Uma web série nada mais é do que uma adaptação de formato das séries e minisséries, um conteúdo pré existente e altamente difundido pela TV para um novo formato, a internet. Com o objetivo de justificar o surgimento de tal processo, Dorneles Daniel Barros Neves e

Eutália Silva Ramos (2015) explicam que essa adaptação acontece em razão de uma demanda do público interessado em consumir seus conteúdos preferidos em um computador pessoal com acesso à internet, onde se pode convergir trabalho e entretenimento, realizando várias tarefas ao mesmo tempo.

Se trata de fato de um formato híbrido, se os espectadores se encontravam em uma mudança de hábitos de consumo de somente TV para TV e Internet, ao mesmo tempo o mercado também se adaptava para a criação de conteúdos que pudessem convergir a atenção destes consumidores.

O surgimento da Websérie, portanto, foi essencial para estabelecer uma ligação entre as mídias TV e Internet, se utilizando de modelos de sucesso da TV e os reproduzindo paralela ou complementarmente na internet, gerando pontes entre essas duas plataformas. Assim como as séries e minisséries de TV, as webséries também são organizadas em episódios de tempo similar, de forma a discorrer um conteúdo ou contar uma história em capítulos.

Ainda que o formato das séries de internet se assemelha muitíssimo ao formato utilizado nas séries de televisão, pois “não houve tempo para que fosse estabelecida uma linguagem própria [...] para a Web, principalmente porque essa linguagem se desenvolve constantemente” (GOSCIOLA, 2013, p. 113), são claras as particularidades que a internet proporcionou para o formato, desde a diminuição do orçamento direcionado às produções ao tempo de duração dos episódios.

Outro diferencial das Webséries em comparação às séries de TV é a interação entre o conteúdo e o espectador, um canal de comunicação que tira do espectador a função de receptor passivo, e permite que o mesmo possa intervir e dialogar com o conteúdo. Se diferenciando totalmente das mídias tradicionais, a internet oferece até mesmo em um

conteúdo adaptado como as webséries, a oportunidade de interação e de comunicação em rede entre os receptores e transmissores de conteúdo e entretenimento.

No Youtube e demais plataformas de vídeo online, é possível encontrar uma grande diversidade de webséries lançadas, financiadas ou de maneira independente, o formato está sempre em atividade e continua se adaptando às tendências do Youtube e das redes sociais

A Websérie desenvolvida neste projeto busca desenvolver em três episódios uma narrativa didática de produção de vídeos, neste ponto, a comunicação entre público e criador será essencial e incentivada. Os espectadores poderão compartilhar seus avanços e dúvidas em seus projetos pessoais na sessão de comentários dos episódios no Youtube.

Cada episódio terá aproximadamente 20 minutos de duração e serão lançados durante três semanas, sendo um episódio por semana, toda segunda-feira.

3.1 Público Alvo da Websérie

Como mencionado na introdução deste trabalho, para determinar e compreender o público alvo do projeto “Faça você mesmo, hoje”, foi necessário conhecer as reais necessidades e dúvidas de pessoas que pretendem se tornar produtoras de conteúdo. Para tal, foi desenvolvida uma pesquisa simples contendo 6 perguntas, que ajudariam a detalhar os problemas enfrentados pela maioria dos entrevistados.

A pesquisa foi lançada na plataforma Google Forms, do Google. Teve um total de 39 respostas e foi compartilhada via grupos de Whatsapp e posts na rede social Twitter. A seguir estão listadas as questões realizadas e as respostas recolhidas, juntamente à um gráfico fornecido pela plataforma Google Forms.

3.2 Você já pensou em ser criador de conteúdo? Pode ser em qualquer plataforma.

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Você já pensou em ser criador de conteúdo? Pode ser em qualquer plataforma.

39 respostas

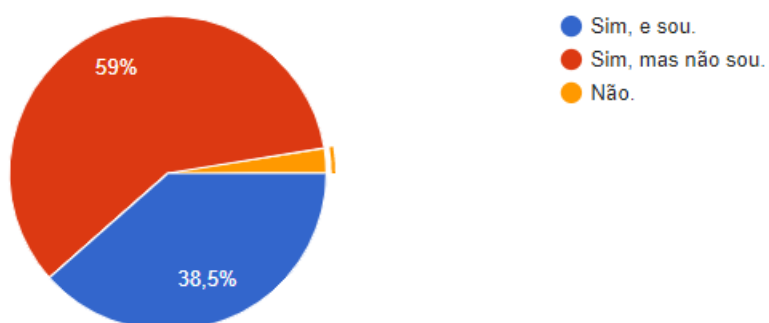


Figura 1- Gráfico de setores referente à questão um

A questão teve como objetivo avaliar se aqueles indivíduos que possuem aspiração a se tornarem produtores de conteúdo online, conseguiram atingir seu propósito.

Os resultados revelam que a maioria dos participantes já possuiu ou possui o desejo de se tornar produtor de conteúdo, mas por algum, ou alguns motivos, não conseguiram realizar.

Estes motivos foram abordados nas questões seguintes.

3.3 O que geralmente te impede de concluir seus projetos?

Foram obtidas 38 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

O que geralmente te impede de concluir projetos?

38 respostas

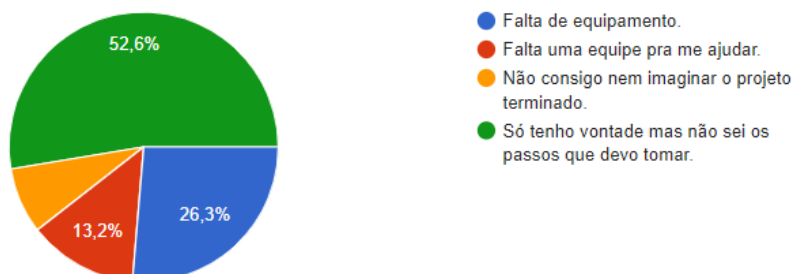


Figura 2- Gráfico de setores referente à questão dois

Aqui se procurou explorar o principal motivo da não conclusão de um projeto, o que poderia explicar o fato de que muitos daqueles que possuem o desejo de produzir conteúdo, não se tornarem criadores.

As respostas mais obtidas foram “Falta de equipamento” e “Só tenho vontade mas não sei os passos que devo tomar” liderando com mais da metade das respostas. Isso evidencia a falta de perspectiva que o criador em potencial enfrenta diante de uma ideia.

Uma vez sendo qualificado na primeira pergunta que a maioria das pessoas possui idéias e vontade de criar conteúdo, nesta segunda questão fica claro que somente idéias e vontade não são capazes de tirar uma idéia do papel, para a maioria dos entrevistados é necessário um guia para a tomada de passos seguintes em direção a realização e conclusão de seu projeto.

3.4 Em uma escala de 0 a 5. O quão difícil você acha que é, de maneira independente: planejar, estruturar, fazer e lançar um produto audiovisual na internet?

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Em uma escala de 0 a 5. O quão difícil você acha que é, de maneira independente: planejar, estruturar, fazer e lançar um produto audiovisual na internet?

39 respostas

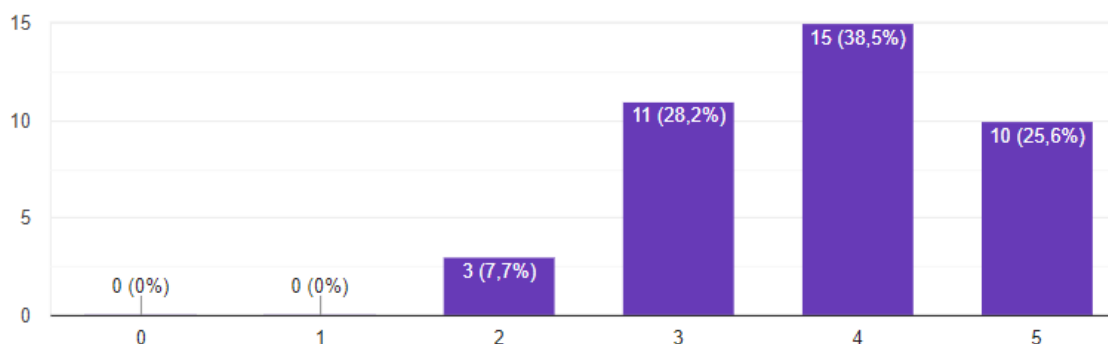


Figura 3- Gráfico de setores referente à questão três

Foi preciso procurar entender como se enxerga o processo da produção de conteúdo em questão de dificuldade. Relacionando com as perguntas anteriores, os resultados se complementam e evidenciam que o problema mais recorrente é “como fazer?” Ou seja, a maior dificuldade dos criadores está em saber os passos de execução do projeto, e não necessariamente em conceber suas ideias. Isso se confirma na terceira questão quando o nível mais alto de dificuldade (nível 5) não foi tão selecionado pelos entrevistados como foram os níveis mais intermediários (3 e 4).

De certa forma, é possível concluir que há um senso comum aos criadores em potencial, o de que existe uma dificuldade razoável para o desenvolvimento de um projeto, mas tendo as marcas mais medianas de dificuldade atingido a maior quantidade de votos, foi possível concluir que, para os entrevistados, o processo de concepção de um conteúdo para a internet poderia ainda ser mais difícil do que realmente é, enquadrando assim este processo como um desafio possível.

3.5 Quando você não sabe como fazer alguma coisa, com que frequência você busca ajuda no Youtube? (ou em outra plataforma de vídeo)

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Quando você não sabe como fazer alguma coisa, com que frequência você busca ajuda no Youtube? (ou em outra plataforma de vídeo)

39 respostas

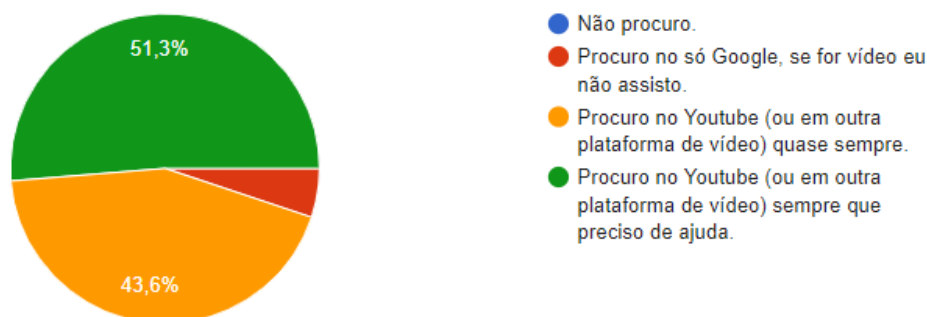


Figura 4- Gráfico de setores referente à questão quatro

Uma vez que este presente trabalho tem como objetivo oferecer dicas e soluções para criadores de conteúdo em potencial, foi necessário saber dos avaliados, a frequência com a qual os mesmos fazem o consumo deste tipo de conteúdo. Vídeo aulas, tutoriais ou dicas em formato de vídeo no Youtube ou em outra plataforma.

Os resultados foram positivos para a criação de soluções nesse formato, 0% dos entrevistados optam por não procurar ajuda na internet, e uma porcentagem mínima não consome dicas e tutoriais em vídeo (5,1%).

3.6 Qual etapa você consideraria mais difícil ao criar um canal no youtube? Pode marcar mais de uma.

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Qual etapa você consideraria mais difícil ao criar um canal no youtube? Pode marcar mais de uma.

39 respostas

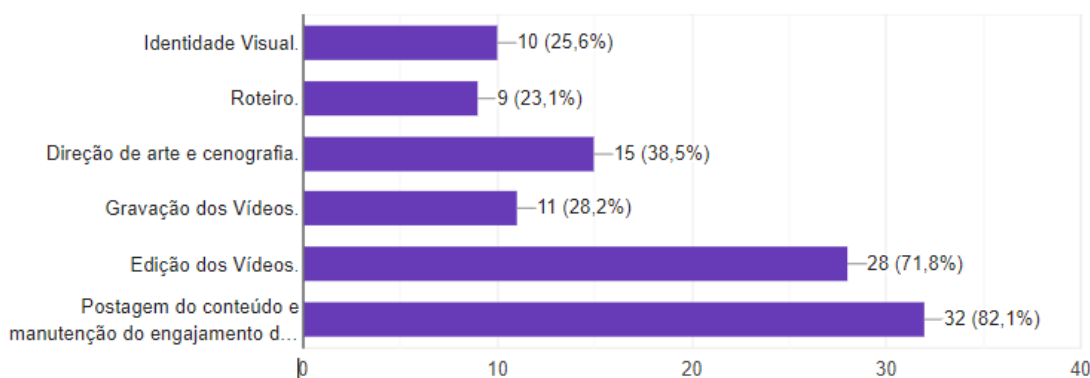


Figura 5- Gráfico de setores referente à questão cinco

Agora direcionando mais o questionamento levantado na pergunta 3, foi perguntado especificamente sobre a dificuldade de criação de um canal na plataforma Youtube, e quais das etapas descritas seriam consideradas mais difíceis nesse processo para assim determinar em que ponto a maioria dos criadores precisa de orientação e guia para o desenvolvimento da sua ideia.

Foi levantado que, as etapas de pré-produção oferecem menos preocupação aos criadores quanto dificuldade de execução, processos como roteirização, definição de identidade visual e até a própria gravação são processos os quais os votantes têm ou teriam menos dificuldade em realizar.

Já os processos de pós-produção e lançamento foram eleitos os mais difíceis para a maioria, sendo postagem do conteúdo e monitoramento de engajamento o tópico mais votado com 82,1% e reunindo quase todos os votos.

3.7 Você acha que em geral os conteúdos que você consome quebram algum padrão das grandes produções? (Isso vale para filmes, séries, conteúdos de internet e redes sociais).

Foram obtidas 39 Respostas na plataforma Google Forms, na seguinte distribuição de porcentagem:

Você acha que em geral os conteúdos que você consome quebram algum padrão das grandes produções? (Isso vale pra filmes, séries, conteúdo de internet e rede sociais).

39 respostas

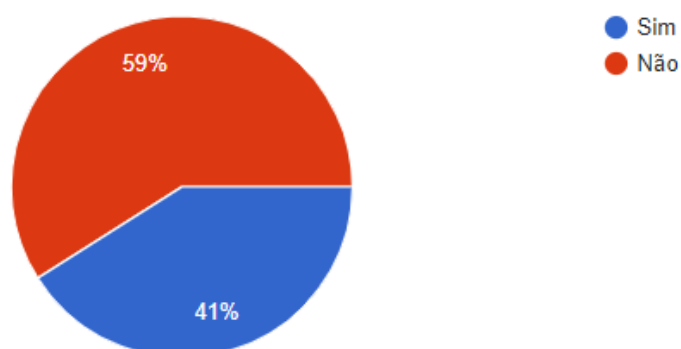


Figura 6- Gráfico de setores referente à questão seis

Por último, a pesquisa teve o objetivo de entender o quanto se busca conteúdo independente ou realizado fora dos moldes das grandes produções. É necessário que se entenda o que se consome para que seja feita uma estimativa do que se pode produzir.

Ainda que com baixo orçamento e de maneira independente, seja possível produzir, também é preciso levar em conta o que vem sendo consumido, fugir totalmente do padrão pode não atrair espectadores, mas se adequar demais ao padrão pode gerar resultado

semelhante, além de que os níveis estabelecidos pelas grandes produções são difíceis de se alcançar com baixo orçamento.

Conforme os resultados da pesquisa, se observa que a maioria dos entrevistados não consome produções que se diferenciam dos padrões da grande mídia, isso significa que fora destes padrões, existem muitos formatos de conteúdo a serem explorados e oferecidos como algo novo a estes espectadores. Entretanto também é verdade que existe um público acostumado com o mesmo tipo de conteúdo, e é necessário entender a mentalidade desse consumidor antes de iniciar uma produção para a internet, pois se opor ou se afastar totalmente destes padrões pode levar o público a perder o interesse no produto.

Conclui-se enfim que, o público alvo da websérie “Faça você mesmo, hoje” tem problemas parecidos no que se refere ao processo de criação de conteúdo.

4. Desenvolvimento do projeto

Atualmente, com o uso democratizado das redes sociais, quase todas as pessoas já tiveram alguma experiência como criadores de conteúdo em suas próprias páginas e perfis pessoais. Essa experiência prévia e rotineira garante que já exista uma familiaridade desses criadores com alguns processos de produção áudio visuais, como Roteirização e Gravação. Essa familiaridade foi evidenciada na questão de número cinco, onde ambos os processos foram eleitos pelos votantes como os mais fáceis. Isto, porém, não quer dizer que estas etapas não precisam de aprimoramento para se adequar à uma produção profissional.

Por outro lado, Edição, Direção de Arte e Cenografia, Postagem de conteúdo e Manutenção do Engajamento das postagens, foram as mais votadas nesse quesito e eleitas como as mais difíceis do processo. São etapas técnicas, raramente uma produção pessoal requer a realização destes processos para que seja consumida e compreendida pelos seguidores e inscritos de uma conta pessoal. Para a criação de conteúdo profissional, é

indispensável que a atenção do criador se volte também para essas etapas, pois compete profissionalismo e garantia de repercussão do trabalho bem executado.

Por tais razões, a web série de três episódios “Faça você mesmo, hoje” abordará a relação destes tópicos e irá exemplificar as diferenças dos seus usos rotineiros em mídias pessoais e de seu uso profissional. Trará também orientações e dicas de como realizar as etapas elegidas como mais difíceis.

4.1 Episódio 1

No primeiro episódio, serão abordadas técnicas de Direção de Arte, Roteiro e Identidade Visual, que não só possuem a necessidade de serem claras e objetivas para melhor

recepção e acolhimento do espectador, como também são as etapas mais importantes para que se haja uma comunicação limpa.

Técnicas e teorias de cor simples serão apresentadas quando o tópico for Identidade Visual, desde os elementos gráficos do vídeo até o jogo de cores do ambiente de gravação, tudo deverá estar em harmonia e a Web Série trará exemplos dissecados de identidades visuais originais de sucesso, encorajando o espectador a criar a própria em um exercício de metalinguagem com a produção guiada da identidade visual da “Faça você mesmo, hoje”.

No tópico Direção de Arte será abordado os elementos do cenário e vestuário, é importante que estes elementos estejam extremamente alinhados com o restante da identidade do projeto, pois não pode haver descontinuação destas duas partes. Para exemplificar, na web-série serão citados maus exemplos de combinação de cenário, vestuário e identidade visual.

Para finalizar o primeiro episódio será tratado o tema Roteiro. A websérie focará em reproduzir a ideia de que criar um roteiro não precisa ser um desafio maior do que conceber a ideia inicial do conteúdo. Depois que uma ideia for estabelecida, basta apenas buscar comunicá-la da melhor maneira para seus espectadores, portanto, roteirizar se tratará apenas de organizar suas ideias para poder melhor visualizá-las e as colocar em prática. Neste final de episódio será descrito e narrado de forma didática o processo de roteirização do mesmo.

4.2 Episódio 2

No segundo episódio serão abordados os processos de captura, edição e pós produção dos vídeos. Neste ponto a Web Série não reforçará a popular ideia de que é pré requisito um modelo específico de equipamento para a gravação, tampouco um software específico para a edição.

Estes processos serão abordados em sua essência, com exemplos criativos de posicionamentos de câmera que trarão diferencial para o conteúdo. Serão mencionadas alternativas baratas para gravação de vídeos e maneiras de comunicar bem as ideias presentes no roteiro durante a montagem/edição do produto final, sem focar em efeitos especiais e ferramentas específicas de cada software, a edição focará em enfatizar o processo de contação de uma história e a melhor forma de fazê-lo.

Será apresentado o passo a passo de gravação e edição do episódio completo, utilizando da metalinguagem para fixar as ideias apresentadas.

4.3 Episódio 3

Finalmente, técnicas básicas de horário de postagem, geração de engajamento com posts em redes específicas e legendas acessíveis com incentivo ao engajamento, atenção ao título do conteúdo, palavras chave a serem utilizadas, maneiras de se divulgar o conteúdo serão abordadas no último vídeo, encerrando a linha de pensamento da websérie.

4.4 Conclusão

Por fim, a websérie deverá evocar no seu espectador a visão de possibilidade de conclusão dos seus projetos audiovisuais, a visão de que é possível realizar uma obra de qualidade e conteúdo sem orçamentos enormes e equipamentos caros. A principal ideia a ser transmitida é a de que o conteúdo precisa ser mais relevante que a forma, se o conteúdo for convincente, a forma se torna irrelevante.

Os três episódios de “Faça você mesmo, hoje” buscarão enfatizar a necessidade da essência do audiovisual nas produções, a contação de histórias e a criatividade devem ser uma parte de grande peso no desempenho do projeto, e não serem sufocadas pela quantidade de membros na equipe, equipamento ou tecnologia disponível para a realização do vídeo.

5. Custos e cronograma

Neste capítulo serão descritos os custos estimados para a produção da websérie e o cronograma estipulado para as gravações e finalizações.

5.1 Custos

FAÇA VOCÊ MESMO, HOJE				
EQUIPE				
Descrição	Quantidade	Unidade	Valor Unitário	Valor Total
Diretor	1	Por semana	R\$4.249,85	R\$4.249,85

Produtor geral	1	Por semana	R\$1.282,73	R\$1.282,73
Diretor de fotografia	1	Por semana	R\$2.805,60	R\$2.805,60
Operador de câmara	1	Por semana	R\$2.570,49	R\$2.570,49
Operador de áudio	1	Por semana	R\$2.439,28	R\$2.439,28
Editor de som	1	Por semana	R\$2.762,83	R\$2.762,83
Editor/montador	1	Por semana	R\$2.805,60	R\$2.805,60
Subtotal: R\$18.916,38				
EQUIPAMENTOS				
Descrição	Quantidade	Unidade	Valor unitário	Valor total
DSLR Canon T7	1		R\$2.000,00	R\$2.000,00
Youngnuo 50mm	1		R\$ 200,00	R\$ 200,00
Canon 18-55	1		Incluso	Incluso
Canon 70-130	1		R\$ 400,00	R\$ 400,00
Iphone SE	1		R\$ 1.000	R\$ 1.000
Lâmpada	3		R\$ 15,00	R\$45,00
Tripé Vanguard	1		R\$ 30,00	R\$ 30,00
Props cenário	x		R\$ 50,00	R\$ 50,00
			Subtotal:	R\$3.725,00

Quadro 1: Custos do projeto

5.2 Cronograma

	2021										
	JA	FE	MA	AB	MA	JU	JU	AG	SE	OU	NO
ATIVIDADES	N	V	R	R	I	N	L	O	T	T	V
Escolha do tema				x							
Orientador			x								
Levantamento da Bibliografia			X	x	x	x					

Leitura da Bibliografia				X	x	x					
Elaborar instrumentos de coleta de dados				X	x						
Apurar e interpretar os dados					X						
Elaborar e redigir a pesquisa				x	X						
Produção e gravação da peça audiovisual						x	X	X	x		
Edição da peça audiovisual										x	
Revisão de todo o conteúdo criado											x

Quadro 2: Cronograma do projeto

6. Referências

INDIO, Cristina. Sobe para 82,7% percentual de domicílios com internet, diz IBGE. **Agência Brasil**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-04/sobe-para-827-percentual-de-domicilio-s-com-internet-diz-ibge>. Acesso em: 11 de junho de 2021.

GERHARDT ENGEL, Tatiana. SILVEIRA TOLFO, Denise. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em : 11 de junho de 2021.

ABDO, Sara. Matrículas em cursos online crescem 425%; veja que conteúdos são tendência no Brasil e no mundo. **6 Minutos UOL**. Disponível em:

<https://6minutos.uol.com.br/carreira/matriculas-em-cursos-online-crescem-425-veja-que-cont-eudos-sao-tendencia-no-brasil-e-no-mundo>. Acesso em: 11 de junho de 2021.

SOUZA, José Julian Gomes de. CAJAZEIRA, Paulo Eduardo. **Mas afinal, o que é uma websérie documental?** Universidade Federal do Cariri, 2015. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1215-1.pdf> . Acesso em: 11 de Junho de 2021.

FUTURO da Educação Online. **Hotmart**, 2020. Disponível em: https://blog.hotmart.com/blog/2020/07/report_futuro-educacao-online_hotmart_2020.pdf. Acesso em 11 de Junho de 2021.

BARAÚNA, Monique Nascimento. **Representações Do Feminino No Canal Do Youtube De Paloma Cipriano**. Taubaté: Universidade de Taubaté, 2019.

GOETHALS, Karen. AGUIAR, Antônia. ALMEIDA, Eugénia. **História da Internet**. Porto: Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 1999-2000.

A história da Internet no Brasil – TecMundo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=k_inQhpKprg> Acessado em 11 de junho de 2021.

A História da Internet – TecMundo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pKxWPo73pX0>> Acessado em 11 de junho de 2021.

