

**CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
MESTRADO PROFISSIONAL EM EDUCAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS**

PÂMELLA DE CARVALHO STADLER

**YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: BOAS
PRÁTICAS PARA A PRODUÇÃO DE VÍDEOS EDUCATIVOS COM BASE NOS
ASPECTOS DA LINGUAGEM DE *YOUTUBERS***

CURITIBA

2019

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER

PÂMELLA DE CARVALHO STADLER

YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: BOAS
PRÁTICAS PARA A PRODUÇÃO DE VÍDEOS EDUCATIVOS COM BASE NOS
ASPECTOS DA LINGUAGEM DE *YOUTUBERS*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação e Novas Tecnologias do Centro Universitário Internacional – Uninter como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Educação e Novas Tecnologias.

Área de concentração: Educação.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Otávio dos Santos.

CURITIBA
2019

S777y Stadler, Pâmella de Carvalho
Youtube como ferramenta de educação não formal:
boas práticas para a produção de vídeos educativos
com base nos aspectos da linguagem de youtubers /
Pâmella de Carvalho Stadler. - Curitiba, 2019.
183 f. : il. (algumas color.)

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Otávio dos Santos
Dissertação (Mestrado Profissional em Educação e
Novas Tecnologias) – Centro Universitário Internacional
UNINTER.

1. Youtube (Recurso eletrônico). 2. Educação
não formal. 3. Recursos audiovisuais. 4. Comunicação
audiovisual. 5. Educação – Inovações tecnológicas. I. Título.

CDD 371.334

Catálogo na fonte: Vanda Fattori Dias – CRB-9/547

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO-PGPE
PROGRAMA DE MESTRADO PROFISSIONAL EM EDUCAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS
Secretaria do Mestrado Profissional em Educação e Novas Tecnologias

Defesa Nº 005/2019

**ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO PARA CONCESSÃO DO GRAU DE MESTRE EM
EDUCAÇÃO E NOVAS TECNOLOGIAS**

No dia 21 de março de 2019, às 10h, sala 53, bloco A, do Campus Divina do Centro Universitário Internacional UNINTER, à Rua do Rosário, 147 em Curitiba-PR, reuniu-se a Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Mestrado Profissional em Educação e Novas Tecnologias, composta pelos professores doutores: Rodrigo Otávio dos Santos (Presidente-Orientador - PPGENT/ UNINTER), Suyanne Tolentino de Souza (Integrante Externo – PUC/PR), João Augusto Mattar Neto (Integrante Interno Titular- PPGENT/ UNINTER), Luciano Frontino de Medeiros (Integrante Interno Suplente - PPGENT/ UNINTER), para julgamento da dissertação: “YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: BOAS PRÁTICAS PARA CRIAÇÃO DE CONTEÚDO EDUCATIVO EM VÍDEO”, da mestranda Pâmella de Carvalho Stadler. O presidente abriu a sessão apresentando os professores membros da banca, passando a palavra em seguida à mestranda, lembrando-lhe de que teria até vinte minutos para expor oralmente o seu trabalho. Concluída a exposição, a candidata foi arguida oralmente pelos membros da banca.

Concluída a arguição, a Banca Examinadora reuniu-se e comunicou o Parecer Final de que a mestranda foi:

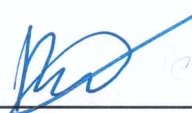
APROVADA, devendo a candidata entregar a versão final no prazo máximo de 60 dias.

AROVADA somente após satisfazer as exigências e, ou, recomendações propostas pela banca, no prazo fixado de 60 dias.

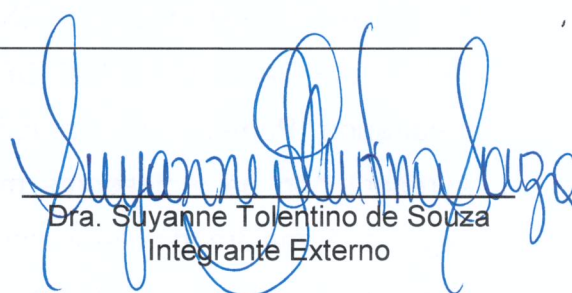
REPROVADA.

O Presidente da Banca Examinadora declarou que a candidata foi aprovada e cumpriu todos os requisitos para obtenção do título de Mestre em Educação e Novas Tecnologias, devendo encaminhar à Coordenação, em até 60 dias, a contar desta data, a versão final da dissertação devidamente aprovada pelo professor orientador, no formato impresso e PDF, conforme procedimentos que serão encaminhados pela secretaria do Programa. Encerrada a sessão, lavrou-se a presente ata que vai assinada pela Banca Examinadora.

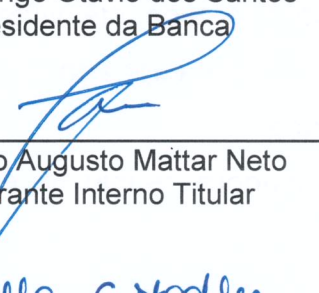
Recomendações: _____



Dr. Rodrigo Otávio dos Santos
Presidente da Banca



Dra. Suyanne Tolentino de Souza
Integrante Externo



Dr. João Augusto Mattar Neto
Integrante Interno Titular

Dr. Luciano Frontino de Medeiros
Integrante Interno Suplente



Pâmella de Carvalho Stadler
Mestranda

Para Anderson, por todos os cafés, chás, almoços e jantares que se dispôs a preparar enquanto eu escrevia.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelo apoio constante e por me incentivarem, desde quando eu era criança, a ler e a escrever.

Ao meu irmão Allan Dhiego, de apenas 14 anos, que me inspirou para a escolha do tema desta dissertação.

Ao meu orientador, Rodrigo Otávio dos Santos, pela excelente orientação prestada, por ter compartilhado seus conhecimentos comigo, e por sempre se mostrar disponível para ajudar. Você é brilhante. Muito obrigada!

Ao professor João Mattar, por quem, antes mesmo de conhecer, eu já sentia muita admiração. Obrigada pela parceria e por extrair o melhor de mim nos projetos em que atuamos juntos.

À professora Suyanne Tolentino de Souza, pelas ricas considerações na banca de qualificação, que foram essenciais para o aperfeiçoamento desta dissertação.

À minha amiga Talita Almeida, pelos conselhos, por acreditar em mim, e pela amizade sincera. Você foi essencial para a concretização desta pesquisa.

YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: BOAS PRÁTICAS PARA A PRODUÇÃO DE VÍDEOS EDUCATIVOS COM BASE NOS ASPECTOS DA LINGUAGEM DE *YOUTUBERS*

RESUMO

O YouTube, plataforma de compartilhamento de vídeos *on-line*, tem, como principais produtores e difusores de informações, os *youtubers*, indivíduos que produzem vídeos e os compartilham na web. Os *youtubers*, com o passar dos anos, criaram sua própria linguagem audiovisual, da qual podemos citar como características a fala em primeira pessoa, o olhar direto para a câmera, o enquadramento em primeiro plano, dentre outras, provenientes das linguagens radiofônica, cinematográfica, televisiva e da Internet. Vídeos com foco educativo produzidos por *youtubers* e disponíveis no YouTube são visualizados por milhares de pessoas em todo o mundo, que além de assistirem aos vídeos, têm a opção de interagir com outros usuários para discutir o que foi visto. Tendo em vista o potencial da plataforma YouTube e da estética dos vídeos com foco educativo publicados por *youtubers* para atrair a atenção da audiência e efetivar o aprendizado, esta dissertação tem como objetivo geral apresentar boas práticas para a produção de vídeos educativos para compartilhamento na plataforma YouTube, utilizando-se das características da linguagem dos *youtubers*. Para atingir esse objetivo, primeiramente identificamos aspectos da linguagem do YouTube, com base no estudo das linguagens radiofônica, cinematográfica, televisiva e da Internet, considerando que o YouTube, como uma mídia, absorveu aspectos das linguagens que o antecederam para desenvolver sua própria linguagem. Em seguida, analisamos a estética e o conteúdo de vídeos educativos publicados nos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia, que produzem e compartilham vídeos com foco educativo na plataforma YouTube, a partir de uma amostra intencional por critério. Para a análise dos vídeos, utilizamos uma metodologia de análise de dados qualitativos, a análise de conteúdo. Posteriormente, identificamos as características da linguagem do YouTube e dos *youtubers*, tendo como base a análise de conteúdo dos vídeos publicados nos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia. Em seguida, refletimos acerca da utilização da plataforma YouTube como ferramenta de educação não formal, uma vez que propicia o aprendizado fora das instituições regulamentadas e certificadas por leis, como escolas e universidades. Por fim, apresentamos como produto deste estudo, uma proposta de boas práticas para a produção e compartilhamento de vídeos educativos na plataforma YouTube, tendo como base as características da linguagem audiovisual adotada por *youtubers* educacionais.

Palavras-chave: *Youtubers* educacionais. Educação não formal. Linguagem audiovisual. Vídeo. Novas tecnologias.

YOUTUBE AS A TOOL FOR NON-FORMAL EDUCATION: GOOD PRACTICES FOR THE PRODUCTION OF EDUCATIONAL VIDEOS BASED ON THE ASPECTS OF YOUTUBERS LANGUAGE

ABSTRACT

YouTube, the online video sharing platform, has as the main producers and disseminators of information, youtubers, individuals who produce videos and share them on the web. Youtubers, over the years, have created their own audiovisual language, from which we can cite as features first-person speech, direct eye to the camera, the foreground framing, among others, from the radio, cinematographic, television and the Internet. YouTube-focused educational videos available on YouTube are viewed by thousands of people around the world who, in addition to watching videos, have the option of interacting with other users to discuss what they've seen. In view of the potential of the YouTube platform and the aesthetics of videos with educational focus published by youtubers to attract audience attention and effect learning, this dissertation aims to present good practices for the production of educational videos for sharing on the YouTube platform, using the characteristics of the language of the youtubers. To reach this goal, we first identified aspects of the YouTube language based on the study of radio, film, television, and Internet languages, believing that YouTube as a media absorbed aspects of the languages that preceded it to develop its own language. Next, we analyze the aesthetics and content of educational videos published in the channels Biologia Total, Manual do Mundo and Nostalgia, that produce and share videos with educational focus in the platform YouTube, from an intentional sample by criterion. For the analysis of the videos, we used a qualitative data analysis methodology, the content analysis. Later, we identified the language features of YouTube and youtubers, based on the content analysis of the videos published in the channels Biologia Total, Manual do Mundo and Nostalgia. Next, we reflect on the use of the YouTube platform as a non-formal education tool, as it provides learning outside regulated and certified institutions such as schools and universities. Finally, we present as a product of this study, a proposal of good practices for the production and sharing of educational videos on the YouTube platform, based on the characteristics of the audiovisual language adopted by educational youtubers.

Keywords: Educational youtubers. Non-formal education. Audiovisual language. Video. New technologies.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – INSERÇÃO DE VINHETAS NOS PROGRAMAS TELEVISIVOS.....	49
QUADRO 2 – CARACTERÍSTICAS DO TEXTO NÃO LINEAR	61
QUADRO 3 – CRITÉRIOS PRÉ-DEFINIDOS PARA SELEÇÃO DE VÍDEOS PARA ESTUDO.....	73
QUADRO 4 – VÍDEOS SELECIONADOS PARA ANÁLISE	74
QUADRO 5 – EXPLORAÇÃO DO MATERIAL: EXEMPLO.....	76
QUADRO 6 – AGRUPAMENTO DOS RECURSOS EM CATEGORIAS.....	76
QUADRO 7 – ATO I DOS VÍDEOS DO CANAL NOSTALGIA	92
QUADRO 8 – ATO I DOS VÍDEOS DO CANAL BIOLOGIA TOTAL	92
QUADRO 9 – ATO I DOS VÍDEOS DO CANAL MANUAL DO MUNDO	93
QUADRO 10 – EXEMPLOS DE GÍRIAS E EXPRESSÕES POPULARES – CANAL BIOLOGIA TOTAL	96
QUADRO 11 – EXEMPLOS DE GÍRIAS E EXPRESSÕES POPULARES DO CANAL NOSTALGIA..	97
QUADRO 12 – EXEMPLOS DE GÍRIAS E EXPRESSÕES POPULARES DO CANAL MANUAL DO MUNDO	97
QUADRO 13 – O QUE PROVOCA O RISO: FALHAS, INADEQUAÇÃO E EXAGERO.....	99
QUADRO 14 – VINHETAS DO CANAL NOSTALGIA	111
QUADRO 15 – VINHETAS DO CANAL BIOLOGIA TOTAL	114
QUADRO 16 – INSERÇÃO DE CARTÕES NOS VÍDEOS ANALISADOS.....	117
QUADRO 17 – FUNÇÕES E EXEMPLOS DE EFEITOS SONOROS.....	120
QUADRO 18 – DIFERENÇAS ENTRE EDUCAÇÃO FORMAL, INFORMAL E NÃO FORMAL	126

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ESTILO DE LINGUAGEM: DO MAIS FORMAL AO MAIS INFORMAL	29
FIGURA 2 – PARADIGMA DE ROTEIRO.....	32
FIGURA 3 – POSICIONAMENTOS DE CÂMERA.....	35
FIGURA 4 – ENQUADRAMENTOS E EFEITOS DE CÂMERA	38
FIGURA 5 – EXIBIÇÃO DO VÍDEO NO YOUTUBE	69
FIGURA 6 – 1º VÍDEO DO CANAL BIOLOGIA TOTAL COM PROF. JUBILUT.....	80
FIGURA 7 – IMAGENS COM VOZ EM OFF – CANAL BIOLOGIA TOTAL	81
FIGURA 8 – 1ª VINHETA DO CANAL BIOLOGIA TOTAL	81
FIGURA 9 – 1º VÍDEO COM A INSERÇÃO DE <i>LETTERING</i> – BIOLOGIA TOTAL COM PROF. JUBILUT	82
FIGURA 10 – CRESCIMENTO DO NÚMERO DE INSCRITOS NO CANAL BIOLOGIA TOTAL	83
FIGURA 11 – 1º VÍDEO DO CANAL MANUAL DO MUNDO.....	84
FIGURA 12 – 2º VÍDEO DO CANAL MANUAL DO MUNDO.....	84
FIGURA 13 – ZOOM E TELA DE CRÉDITOS – CANAL MANUAL DO MUNDO	85
FIGURA 14 – VÍDEO <i>ENCHAM UM PNEU DE CARRO COM BOMBA DE ENCHER BOLA</i> – CANAL MANUAL DO MUNDO.....	85
FIGURA 15 – CRESCIMENTO DO NÚMERO DE INSCRITOS NO CANAL MANUAL DO MUNDO	86
FIGURA 16 – 1º VÍDEO DO CANAL NOSTALGIA	87
FIGURA 17 – CRESCIMENTO DO NÚMERO DE INSCRITOS NO CANAL NOSTALGIA.....	88
FIGURA 18 – CENÁRIOS DOS CANAIS BIOLOGIA TOTAL E MANUAL DO MUNDO	90
FIGURA 19 – ALTERAÇÕES NO CENÁRIO.....	90
FIGURA 20 – CENÁRIO DO QUADRO NOSTALGIA HISTÓRIA	91
FIGURA 21 – ATOS E PONTOS DE VIRADA – CANAL NOSTALGIA	95
FIGURA 22 – HUMOR E IDENTIFICAÇÃO NO CANAL NOSTALGIA.....	100
FIGURA 23 – HUMOR E IDENTIFICAÇÃO – VÍDEO 500 ANOS EM 1 HORA / HISTÓRIA DO BRASIL – CANAL NOSTALGIA	100
FIGURA 24 – IDENTIFICAÇÃO E HUMOR – CANAL MANUAL DO MUNDO.....	101
FIGURA 25 – IMITAÇÃO NO CANAL MANUAL DO MUNDO.....	102
FIGURA 26 – HUMOR NO CANAL NOSTALGIA	103
FIGURA 27 – PRIMEIRO PLANO E CÂMERA SUBJETIVA	104
FIGURA 28 – PLANO DE CONJUNTO NO CANAL MANUAL DO MUNDO.....	105
FIGURA 29 – PLANO MÉDIO NO CANAL MANUAL DO MUNDO	105
FIGURA 30 – <i>LETTERING</i> NO VÍDEO SISTEMA CIRCULATÓRIO – CANAL BIOLOGIA TOTAL ...	106
FIGURA 31 – <i>LETTERING</i> – VÍDEO <i>BURACOS NEGROS, COMO ELES SURGEM?</i> – CANAL NOSTALGIA	107
FIGURA 32 – <i>LETTERING</i> COM NOME DOS YOUTUBERS E ENTREVISTADOS.....	107
FIGURA 33 – TRANSIÇÃO NO CANAL MANUAL DO MUNDO	108
FIGURA 34 – TRANSIÇÃO NO CANAL NOSTALGIA.....	109
FIGURA 35 – EXEMPLO DE <i>JUMP CUT</i> NO CANAL NOSTALGIA.....	110
FIGURA 36 – EXEMPLO DE <i>JUMP CUT</i> NO CANAL BIOLOGIA TOTAL.....	111
FIGURA 37 – VINHETA DE ABERTURA – NOSTALGIA.....	113
FIGURA 38 – VINHETA DE PASSAGEM – NOSTALGIA	113
FIGURA 39 – VINHETA DE ABERTURA – QUADRO NOSTALGIA HISTÓRIA.....	114
FIGURA 40 – VINHETA DO CANAL BIOLOGIA TOTAL.....	115
FIGURA 41 – CHAMADA DO CANAL MANUAL DO MUNDO	117

FIGURA 42 – PROGRAMAÇÃO VISÍVEL NO <i>BANNER</i> DO CANAL NOSTALGIA	122
FIGURA 43 – POSIÇÃO DA CÂMERA NA GRAVAÇÃO DO VÍDEO.....	137
FIGURA 44 – EXIBIÇÃO DO CARTÃO PESQUISA NO YOUTUBE	143

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	LINGUAGEM DO YOUTUBE	18
2.1	LINGUAGENS	18
2.1.1	Linguagem radiofônica	22
2.1.1.1	Diálogo com o ouvinte	24
2.1.1.2	Imagens auditivas	26
2.1.1.3	Empatia	27
2.1.1.4	Informalidade	28
2.1.2	Linguagem cinematográfica e televisiva	30
2.1.2.1	Produção	31
2.1.2.1.1	Roteirização	31
2.1.2.1.2	Cenários	33
2.1.2.2	Gravação	34
2.1.2.2.1	Enquadramentos	34
2.1.2.2.2	Câmera subjetiva	38
2.1.2.2.3	Movimentos de câmera	42
2.1.2.3	Edição	43
2.1.2.3.1	<i>Jump cuts</i>	45
2.1.2.3.2	Transições	47
2.1.2.3.3	Vinheta	49
2.1.2.3.4	Sonoplastia	50
2.1.2.4	Programação	54
2.1.3	Linguagem da Internet	56
2.1.3.1	Colaboração	57
2.1.3.2	Interatividade	58
2.1.3.3	Hipertexto e hipermissão	60
2.2	RÁDIO, CINEMA, TV E YOUTUBE: ASPECTOS EM COMUM	63
2.2.1	Rádio e YouTube	63
2.2.2	Cinema, Televisão e YouTube	64
2.2.3	Internet e YouTube	66
3	LINGUAGEM DE YOUTUBERS	71
3.1	ANÁLISE QUALITATIVA	71
3.2	PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO DOS VÍDEOS	73

3.2.1	Análise de conteúdo.....	75
3.3	CANAIS SELECIONADOS PARA ANÁLISE.....	77
3.3.1.1	Biologia Total.....	80
3.3.1.2	Manual do Mundo.....	83
3.3.1.3	Nostalgia.....	86
3.4	CARACTERÍSTICAS DA LINGUAGEM DOS <i>YOUTUBERS</i>	88
3.4.1	Produção.....	88
3.4.1.1	Cenário.....	89
3.4.1.2	Roteirização.....	91
3.4.1.2.1	Informalidade.....	95
3.4.1.2.2	Humor.....	98
3.4.2	Gravação.....	103
3.4.2.1	Primeiro plano, plano médio e câmara subjetiva.....	103
3.4.3	Edição.....	105
3.4.3.1	<i>Lettering</i>	106
3.4.3.2	Transição.....	108
3.4.3.3	<i>Jump cuts</i>	109
3.4.3.4	Vinheta.....	111
3.4.3.5	Cartões.....	116
3.4.3.6	Sonoplastia.....	118
3.4.3.6.1	Música.....	118
3.4.3.6.2	Efeitos sonoros.....	119
3.4.3.6.3	Voz.....	121
3.4.4	Compartilhamento: estratégias de programação dos canais.....	121
4	BOAS PRÁTICAS PARA A PRODUÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS EDUCATIVOS NA LINGUAGEM DE <i>YOUTUBERS</i>: PRODUTO DA DISSERTAÇÃO.....	123
4.1	EDUCAÇÃO FORMAL, INFORMAL E NÃO FORMAL.....	123
4.2	YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL.....	127
4.3	PRODUÇÃO.....	129
4.3.1	Definição do público e foco do canal.....	129
4.3.2	Montagem do cenário.....	131
4.3.3	Roteirização do vídeo.....	132
4.3.3.1	Informalidade.....	133
4.3.3.2	Humor.....	134
4.4	GRAVAÇÃO.....	135

4.4.1	Enquadramento em primeiro plano e plano médio.....	136
4.4.2	Câmara subjetiva	137
4.5	EDIÇÃO.....	138
4.5.1	Sonoplastia.....	138
4.5.2	Vinheta	140
4.5.3	<i>Lettering</i>	141
4.5.4	Cartões.....	142
4.5.5	Transições.....	143
4.5.6	<i>Jump cuts</i>	144
4.6	COMPARTILHAMENTO DO VÍDEO NA PLATAFORMA.....	145
4.6.1	Programação.....	146
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	148
	REFERÊNCIAS.....	150
	ANEXO A – ANÁLISE DOS VÍDEOS	157

1 INTRODUÇÃO

A presente dissertação foi desenvolvida no âmbito de Trabalho de Conclusão do Mestrado Profissional em Educação e Novas Tecnologias no Centro Universitário Internacional (UNINTER), com o objetivo geral de apresentar boas práticas para a produção de vídeos educativos para compartilhamento na plataforma YouTube, utilizando-se das características da linguagem de *youtubers*.

O *youtuber*, na definição de Berzosa (2017), é um criador de conteúdo que grava vídeos sobre si mesmo ou sobre seu ambiente, tratando assuntos de todos os tipos, desde pessoais a *videogames*, tutoriais, educacionais, minisséries, guias, humor, música, entre outros, além de gerenciar a publicação de seus conteúdos em um canal do YouTube.

Além disso, também segundo Berzosa (2017), o *youtuber* participa dos processos para que o vídeo chegue à audiência, o que inclui, além da gravação, as fases de edição, roteirização (se houver), produção e, se necessário, a interpretação em frente à câmera. Isso tudo, conforme o autor, “com uma certa periodicidade, a fim de ter um público já conectado e, ao mesmo tempo, expectante” (p. 16).

A plataforma YouTube atrai a atenção dos *youtubers* ao oferecer uma participação em dinheiro nas vendas de anúncios no *site* (BURGESS; GREEN, 2009). Assim, conforme Montaño (2015, p. 77), os vídeos mais acessados na plataforma podem ter direito a uma parte do lucro da propaganda que o YouTube “insere sobreposta nos *players* dos vídeos. Os cliques num *link*-vídeo podem ser um caminho do entretenimento para o trabalho e o lucro”.

O YouTube, como outros *sites* de compartilhamento, por exemplo Facebook, construiu seu plano de negócios com base no conteúdo criado pelos usuários. Portanto, conforme definição criada por David Weinberger (2007, p. 224), o YouTube atua como um metanegócio, ou seja, “uma categoria de negócio que aumenta o valor da informação desenvolvida em outro lugar e posteriormente beneficia os criadores originais dessa informação”.

Para evitar que conteúdos compartilhados pelos usuários sejam monetizados de forma indevida, o YouTube criou o método de ID de conteúdo, que atribui uma identificação única a cada vídeo carregado na plataforma. Dessa forma, o vídeo é

produzido, também, para se tornar uma fonte de renda para o usuário que fornece conteúdo, e que se transforma em parceiro da plataforma (MONTAÑO, 2015).

Contudo, apesar de participar dos processos necessários para a publicação de um vídeo, o *youtuber* não possui controle sobre o YouTube, uma vez que pode ter seu vídeo excluído se forem constatadas infrações às políticas de segurança da plataforma. As relações trabalhistas são feitas unilateralmente, uma vez que a empresa Alphabet, proprietária do Google que, por sua vez, é proprietária do YouTube, apenas informa aos seus trabalhadores seu rendimento, não proporcionando diálogo. O criador de conteúdo também não tem controle sobre a qualidade de transmissão da Internet, tampouco sobre os algoritmos computacionais que permitem a contabilidade do vídeo produzido. Comparando com uma rede televisiva, por exemplo, a emissora só não tem controle do aparelho de TV nas casas dos espectadores. Fora isso, tem controle sobre todo o restante, inclusive sobre seus apresentadores, que são seus empregados.

O YouTube é também uma mídia projetada para permitir a participação cultural dos cidadãos comuns, o que Jenkins (2009) chama de cultura da participação, quando fãs e outros consumidores têm a possibilidade de participar da criação e do compartilhamento de novos conteúdos. O conceito de cultura da participação, cunhado por Jenkins em 1992, evoluiu ao longo do tempo, e, atualmente, refere-se “a uma variedade de grupos que funcionam na produção e na distribuição de mídia para atender a seus interesses coletivos” (JENKINS, 2009, p. 24).

Na cultura da participação, como argumenta Jenkins (2009, p. 24), o público não é mais visto apenas como consumidor de mensagens pré-construídas, “mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes”. Segundo o autor, o público está fazendo isso não como indivíduos isolados, mas como integrantes de redes ou comunidades mais amplas, que lhes permitem propagar conteúdos para além de sua esfera geográfica.

Portanto, cada vez mais a audiência, ou seja, o espectador, se define também pela sua capacidade de criação comunicativa e não apenas pela recepção de mensagens. Segundo Orozco Gómez (2014), para que possamos nos assumir não apenas como audiências, ou como receptores e consumidores, mas também como produtores de conteúdo, precisamos desenvolver competências comunicativas,

saberes e práticas produtivas, o que o autor chama de alfabetização múltipla. Isso porque, embora não se nasça telespectador ou ouvinte de rádio, mas vá se tornando, também não se nasce criador e produtor, é preciso aprender a sê-lo.

Ser alfabetizado no contexto do YouTube significa, além de ser capaz de criar e consumir conteúdos em vídeo, também ser capaz de compreender o modo de funcionamento do YouTube, tanto como conjunto de tecnologias, quanto como uma rede social. Para ter um canal bem-sucedido na plataforma YouTube, com assinantes leais, vídeos recomendados ou com milhões de visualizações, é preciso explorar de maneira eficiente as competências específicas do *site* (BURGESS; GREEN, 2009).

Sendo assim, os *youtubers* que compartilham seus conhecimentos por meio de um canal no YouTube, são considerados alfabetizados no contexto da plataforma, uma vez que adquiriram práticas e competências para realizar as etapas de produção, gravação e edição, necessárias para que o vídeo chegue à audiência. Os *youtubers*, portanto, integram a chamada cultura da participação, uma vez que participam tanto da criação quanto do compartilhamento de novos conteúdos.

Vídeos com foco educativo produzidos por *youtubers* e disponíveis no YouTube são visualizados por milhares de pessoas em todo o mundo, que além de assistirem aos vídeos, têm a opção de interagir com outros usuários para discutir o que foi visto. Dados divulgados pela pesquisa *Video Viewers 2017 (Think with Google, 2017)* mostram que a maioria dos usuários do YouTube acessa a plataforma quando deseja aprender alguma coisa. Do total dos entrevistados que assiste a vídeos *on-line*, 65% acessam o YouTube em busca de aprendizado.

A pesquisa InsightSamba (2018), realizada pela empresa SambaTech, também traz informações sobre a produção e compartilhamento de vídeos no YouTube. Das 2.000 pessoas que participaram do estudo – dentre elas profissionais e amadores na produção de conteúdo em vídeo no Brasil – 25%, o equivalente a 500 pessoas, afirmaram produzir ou compartilhar vídeos com temas relacionados à educação. Do total de respondentes, 27%, ou seja, 540 pessoas, responderam que produzem ou compartilham vídeos com temas relacionados à marketing/publicidade, e 48%, o equivalente a 940 pessoas, disseram produzir e compartilhar vídeos relacionados a outros temas.

A utilização dos vídeos como ferramenta pedagógica é cada vez mais comum. De acordo com Filatro (2009), quando nos é apresentada uma informação em duas

modalidades sensoriais – visual e auditiva –, ampliamos nossa capacidade de memória de trabalho. Além disso, a associação de uma imagem com sua designação verbal, “é mais facilmente lembrada do que a apresentação dessa mesma imagem duas vezes ou a repetição dessa designação verbal várias vezes, de forma isolada” (p. 74). Conforme Mattar (2009, p. 3), a utilização de vídeos em educação considera os conceitos de múltiplos estilos de aprendizagem e de múltiplas inteligências, uma vez que “muitos alunos aprendem melhor quando submetidos a estímulos visuais e sonoros em comparação com uma educação tradicional, baseada principalmente em textos”.

Conforme Souza (2017), os vídeos, também denominados, pela autora, de mídias audiovisuais, ocupam, atualmente, posição de destaque no cenário educacional. Isso porque, ao longo dos anos, conteúdos audiovisuais têm se tornado importantes ferramentas de “transmissão, complementação e fixação de conteúdos em diversas áreas de conhecimento” (SOUZA, 2017, p. 118). Segundo a autora, a propagação de vídeos, principalmente em virtude de plataformas como YouTube, incentivou professores a indicarem mídias audiovisuais como fonte de aprendizado e alunos a pesquisarem, por iniciativa própria, materiais que contribuam para sanar suas dúvidas ou curiosidades.

Contudo, a utilização do YouTube como ferramenta de ensino ainda é criticada por alguns profissionais da educação. Mattar (2009), por exemplo, comenta sobre os problemas citados pela professora Alexandra Juhasz, que, após ministrar a disciplina *Learning from YouTube*, no *Pitzer College*, na Califórnia, Estados Unidos, observou que a quantidade de vídeos amadores no YouTube dificulta o aproveitamento acadêmico da plataforma. Para o autor, as críticas relacionadas à utilização de conteúdo amador na educação são questionáveis, uma vez que os alunos estão acostumados à essa nova mídia.

Quanto à produção de conteúdo amador no YouTube, a pesquisa InsightSamba (2018) apresenta dados relevantes. Os participantes da pesquisa foram divididos em dois grupos majoritários: os que produzem e os que não produzem vídeos. Os produtores de vídeos corresponderam a 48,7% de todos os participantes, o equivalente a 940 pessoas. Do total de produtores de conteúdo, 83,3%, o equivalente a 783 pessoas, afirmaram que se consideram amadores ou que ainda estão

começando a produzir vídeos. Apenas 16,7%, ou seja, 157 pessoas, se consideram profissionais, com conhecimentos técnicos avançados em produção de vídeo.

O grau de técnica do produtor de vídeo, segundo conclusão da pesquisa InsightSamba (2018), varia de acordo com o tempo de atuação do *youtuber* em produção e compartilhamento de vídeo. De acordo com o estudo, 52% dos produtores de conteúdo que se consideram amadores, o equivalente a 407 pessoas, produzem vídeos há menos de um ano. Já os produtores que se consideram profissionais, atuam há mais de dois anos.

Em 2009, Burgess e Green (2009) citavam que os vídeos amadores do YouTube eram produzidos no estilo *vlog*, “uma forma tipicamente estruturada sobre o conceito de monólogo feito diretamente para a câmera, cujos vídeos são caracteristicamente produzidos com pouco mais que uma *webcam* e pouca habilidade em edição” (p. 193). Já Montañó (2015) descreve o *vlogger* como uma mistura de ator e comentarista, uma vez que o indivíduo tende a se exhibir em frente à câmera, opinando sobre assuntos diversos. Ha (2018), no entanto, utiliza o termo *vloggers* como sinônimo de *youtubers*, que, para ela, são indivíduos que narram suas vidas diárias e compartilham suas opiniões sobre diferentes tópicos.

De acordo com a pesquisa InsightSamba, 58% dos produtores de vídeo, ou seja, 545 pessoas, afirmaram que utilizam equipamentos amadores, como *smartphones* e/ou câmeras não profissionais para gravarem os seus conteúdos. O restante, 36% dos produtores, o equivalente a 338 pessoas, usam câmeras, microfones e iluminação profissional na gravação. Contudo, somente 6% da amostra de produtores de conteúdo declararam que contratam profissionais ou produtoras de vídeo para gravarem seus conteúdos. O YouTube, portanto, é um exemplo de mídia que incentiva a produção amadora. Isso porque, conforme Jenkins (2009), as expectativas de um acabamento profissional tornam o ambiente menos hostil para os novatos aprenderem e progredirem.

O YouTube possibilita que profissionais e amadores, de diversas áreas, divulguem seus trabalhos. Qualquer indivíduo – seja com habilidades profissionais ou amadoras em técnicas de produção, gravação e edição de vídeos –, que queira compartilhar seus conhecimentos por meio de um canal na plataforma YouTube, pode se tornar um *youtuber* que cria e compartilha conteúdos com foco educativo. Isso porque, como informa Moletta (2009), com a proliferação de equipamentos portáteis

de captação de imagens e de programas de edição para computadores domésticos, qualquer indivíduo se torna um potencial realizador de vídeos que poderão circular pela Internet.

No entanto, como informa Moletta (2009), para produzir e compartilhar conteúdos em um canal na plataforma YouTube não basta dominar determinados equipamentos técnicos, é necessário ter domínio da linguagem do meio. O YouTube, como uma mídia, possui uma linguagem própria, que o diferencia de outros meios de comunicação. Além disso, como argumenta Carrière (2015), cada nova mídia absorve aspectos de mídias anteriores para desenvolver sua linguagem, ou seja, suas próprias formas de representação e comunicação. Assim, da mesma forma que ocorreu com o rádio, o cinema, a televisão e a Internet, que, aos poucos, criaram sua própria linguagem absorvendo aspectos das mídias que os antecederam, o YouTube, com o passar dos anos, também criou seus próprios aspectos de comunicação utilizando como referência características da linguagem cinematográfica, televisiva, radiofônica e da Internet, características que serão explicadas no decorrer desta dissertação.

A mídia, como o YouTube, atua como uma ferramenta de educação não formal, uma vez que possibilita o aprendizado fora dos espaços formais de ensino, como as escolas e universidades (GADOTTI, 2005; GOHN, 2010). Dessa forma, também discutiremos, nesta dissertação, acerca das características da educação formal, não formal e informal. Conforme Gohn (2010), a educação formal ocorre nas instituições de ensino formais, com currículos estabelecidos em leis. Por sua vez, a educação informal é desenvolvida nos processos sociais, durante as relações intra e extrafamiliares. Já a educação não formal é desenvolvida durante os processos de compartilhamento de experiências, em espaços coletivos cotidianos. No último capítulo aprofundaremos essas características, principalmente referentes à educação não formal, indicando de que forma elas podem ser visualizadas nas características da linguagem do YouTube e dos *youtubers*.

Dessa forma, nos aproximamos, nesta dissertação, a compreender a linguagem do YouTube e dos *youtubers* educacionais, analisando, por meio da metodologia de análise de conteúdo, vídeos educativos produzidos e compartilhados por *youtubers* em seus canais na plataforma YouTube, para que assim possamos apresentar, a qualquer indivíduo que tenha a intenção de compartilhar conhecimentos

por meio de um canal no YouTube, boas práticas para criação e compartilhamento de vídeos com foco educativo na plataforma YouTube.

O objetivo geral desta dissertação, portanto, é apresentar boas práticas para a produção de vídeos educativos para compartilhamento na plataforma YouTube, utilizando-se das características da linguagem dos *youtubers*.

Como objetivos específicos, o trabalho busca:

- a) Identificar as características das linguagens radiofônica, cinematográfica, televisiva e da Internet;
- b) Analisar o conteúdo de vídeos educativos publicados nos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia, que produzem e compartilham vídeos com foco educativo na plataforma YouTube, a partir de uma amostra intencional por critério;
- c) Identificar as características da linguagem do YouTube e dos *youtubers*, tendo como base a análise de conteúdo dos vídeos publicados nos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia;
- d) Refletir acerca da utilização da plataforma YouTube como ferramenta de educação não formal.

Estruturamos esta dissertação em quatro capítulos, sendo a *Introdução* o primeiro, no qual apresentamos a definição de *youtubers*; a delimitação do tema; os objetivos geral e específicos, e a estrutura deste trabalho.

No segundo capítulo, *Linguagem do YouTube*, apresentamos o conceito de linguagem com base nos autores Bechara (2009) e Santaella (2012). Em seguida, identificamos os aspectos das linguagens do rádio, do cinema, da TV e da Internet, tendo como base conceitos de teóricos do cinema, como Carrière (2015), Mascelli (2010), Martin (2013) e Napolitano (2015); da televisão, como Jost (2007) e Napolitano (2008); do rádio, como Ferraretto (2014) e Consani (2007); e da Internet, como Martino (2015) e Santaella (2007). Ao final do capítulo, apresentamos uma síntese dos aspectos de cada meio que contribuíram para o desenvolvimento da linguagem do YouTube.

No terceiro capítulo, *Linguagem de youtubers*, apresentamos, primeiramente, a metodologia desta pesquisa, realizada por meio de análise de conteúdo de vídeos educativos publicados nos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia,

disponíveis na plataforma YouTube e selecionados para estudo com base no *site* de estatísticas *Social Blade* (<https://socialblade.com/>). Para selecionarmos os vídeos de cada canal, consideramos uma amostra intencional por critério, pois definimos, antes de iniciar a pesquisa, os seguintes critérios: enquadramento em primeiro plano e plano médio, câmera subjetiva, *jump cuts*, vinheta, *lettering*, linguagem popular e direta e quantidade de acessos. Esses critérios serão apresentados com profundidade no capítulo 3, ao tratarmos sobre a metodologia desta pesquisa.

No último capítulo, *Boas práticas para a produção e compartilhamento de vídeos educativos na linguagem de youtubers: produto da dissertação*, primeiramente discutimos acerca das diferenças entre educação formal, não formal e informal e de que forma o YouTube enquadra-se como ferramenta de educação não formal. Por fim, apresentamos uma proposta de boas práticas para a produção de vídeos educativos utilizando a linguagem de *youtubers* para serem compartilhados na plataforma YouTube.

2 LINGUAGEM DO YOUTUBE

Como citamos na introdução desta pesquisa, consideramos que cada nova mídia absorve aspectos de linguagens já consolidadas como contribuição para a nova forma de expressão (CARRIÈRE, 2015; MARTIN, 2013; OROZCO GÓMEZ, 2014; NAPOLITANO, 2015). Assim, apresentamos, a seguir, uma breve explicação do que consideramos linguagem. Em seguida, mostraremos os principais aspectos das linguagens radiofônica, cinematográfica, televisiva e da Internet, apresentando as características que ajudaram a desenvolver a linguagem do YouTube e, por consequência, aspectos da linguagem dos *youtubers*. Por fim, explicitaremos as diferenças entre a linguagem do YouTube e as demais mídias estudadas nesta dissertação.

2.1 LINGUAGENS

A plataforma YouTube é uma mídia (BURGESS; GREEN, 2009). A definição de mídia, até 1990, referia-se apenas aos meios de comunicação de massa, como jornais, rádio, revista e televisão. Contudo, com o crescimento acelerado dos equipamentos técnicos que propiciaram novos processos de comunicação, como as redes de teleinformática, o termo mídia passou a se referir, também, aos processos de comunicação mediados por computador. A partir dessa generalização, segundo Santaella (2007, p. 118), “todos os meios de comunicação, até mesmo os de massa, o livro e a fala, passaram a ser referidos pela rubrica mídia”.

Como expõe Orozco Gómez (2014), mídia, além de ser uma tecnologia, é uma linguagem. Cada mídia, segundo o autor, possui uma midiciadade que engloba tudo o que se relaciona ao meio. O “característico, o próprio e o intrínseco de cada meio ou tecnologia, juntamente com o comunicacional, ou seja, a linguagem, os formatos e os gêneros programáticos, constituem também essa midiciadade” (OROZCO GÓMEZ, 2014, s.p.).

Para Martino (2015), um meio de comunicação possui três aspectos: funciona como um canal, capaz de transmitir mensagens de um ponto a outro; como uma linguagem específica, derivada de suas características e, por fim, como um ambiente

no qual estamos imersos. Como canal, a mídia tende a ser vista como um instrumento, que leva informações entre dois pontos. No entanto, essa definição considera apenas a estrutura física do meio, relegando-o a um mero coadjuvante da mensagem, que a carrega de um lugar a outro.

A perspectiva da mídia como linguagem considera os aspectos específicos de cada meio de comunicação e “procura compreender de que maneira esses elementos constituem uma gramática, ou seja, cada meio tem características exclusivas que interferem diretamente na mensagem” (MARTINO, 2015, p. 200). Enquanto a leitura de um *blog*, que ocorre na tela, cria regras de tamanho e estilo da fonte, disposição de imagens etc., na mídia impressa, as cores do papel, a diagramação etc., fazem parte dessa linguagem.

Compreender a gramática, ou seja, a linguagem do meio, está relacionada à mídia como ambiente. Nessa perspectiva, “procura-se entender de que maneira as mídias se inserem o tempo todo no cotidiano das relações sociais, e, do mesmo modo, como a vida social se articula com a presença dos meios” (MARTINO, 2015, p. 201). Assim,

mandar uma mensagem de texto via celular é uma atividade completamente diferente de telefonar para alguém: ainda que o conteúdo seja o mesmo, digamos, fazer um convite. Na medida em que o canal muda, a linguagem também muda, criando entre as pessoas que participam daquele ato de comunicação um ambiente particular decorrente do uso de uma mídia ou de outra (MARTINO, 2015, p. 201).

Segundo Bechara (2009, p. 16), linguagem é qualquer “sistema de signos simbólicos empregados na intercomunicação social para expressar e comunicar ideias e sentimentos, isto é, conteúdos de consciência”. Dessa forma, segundo argumenta Santaella (2012, p. 2), linguagem é uma gama “intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros”. Além disso, segundo a autora,

considerando-se que todo fenômeno de cultura só funciona culturalmente porque é também um fenômeno de comunicação, e considerando-se que esses fenômenos só comunicam porque se estruturam como linguagem, pode-se concluir que todo e qualquer fato

cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido (SANTAELLA, 2012, p. 3).

Santaella (2012) complementa suas afirmações, citando que o termo linguagem se estende a outros sistemas, como as linguagens binárias utilizadas pelas máquinas para se comunicarem entre si, ou seja, a linguagem do computador, até tudo aquilo que, na natureza, fala ao homem e é sentido como linguagem. Dessa forma, segundo a autora, existe a “linguagem das flores, dos ventos, dos ruídos, dos sinais de energia vital emitidos pelo corpo e, até mesmo, a linguagem do silêncio” (SANTAELLA, 2012, p. 3). A linguagem, portanto, pode ser definida como um conjunto sistemático de signos de várias espécies, como gestuais, gráficos, sonoros, etc. capazes de expressar ideias e/ou sentimentos e que possibilitam a comunicação.

A linguagem do cinema, como informa Martino (2015), é composta de cortes, edições de imagem, *close-ups*, planos, *fade-outs* e outras características virtualmente impossíveis de encontrar, por exemplo, em um livro, em uma peça de teatro ou em uma fotografia. Para Machado (2014, p. 175), a linguagem cinematográfica caracteriza-se por uma construção narrativa linear, hierarquizada pelos recortes de câmera e pelas regras de continuidade, resultado de “opções estéticas e de pressões econômicas que se deram na primeira década do século, quando a geração de Griffith surgiu no cenário” cinematográfico. Para que o cinema deixasse de ser uma mera diversão popular barata e atraísse um público diferente, mais sofisticado e sólido economicamente, Griffith, cineasta norte-americano, precisou se alinhar às artes do período, como o romance e o teatro oitocentista.

Como informa Faxina (2018), nos primórdios do cinema, quando ainda não existiam estilos de narrativas, enquadramentos, planos e ângulos, aspectos da linguagem cênica foram emprestadas para a concepção dos filmes. A tomada de câmera única, ou seja, quando as cenas se desenrolam sem cortes, é uma das características do teatro que foi preservada nas primeiras obras cinematográficas. Além disso, de acordo com Carrière (2015, p. 24), era “importante mostrar tudo. Nada de zonas de penumbra no filme. Amplas tomadas estáticas, movimentos simples, emoções sem ambiguidade”.

Um exemplo citado por Faxina (2018) é o filme francês *L'arroseur arrosé*, de 1895, dos irmãos Lumière. A película, com aproximadamente 35 segundos, mostra

um menino pisando na mangueira de um homem que rega um jardim. Quando a água deixa de fluir, o jardineiro olha pelo buraco do instrumento para ver se está entupido. O menino, então, retira o pé, e imediatamente a água volta a fluir, molhando o homem, que passa a perseguir o garoto. Nessa sequência não há cortes e a história inteira se desenrola no mesmo quadro, em plano geral.

Foi, portanto, a partir da necessidade de expandir o universo cinematográfico para além da linguagem teatral que surgiram os primeiros planos no vídeo. O filme *The Great Train Robbery*, de Edwin Porter (1903), que narra a história de bandidos que assaltam um trem e são perseguidos por um pelotão do xerife, foi todo filmado em planos gerais. Porter, no entanto, observou que na cena de perseguição a cavalo, o espectador não conseguia diferenciar o “mocinho” dos bandidos. Dessa forma, resolveu gravar um dos trechos finais com um dos bandidos em primeiro plano, ou seja, enquadrado do peito para cima (FAXINA, 2018). A ideia, no entanto, foi rejeitada pela *Notion Picture Patents Company*, produtora e distribuidora cinematográfica, com o argumento de que o público não pagaria o valor integral do ingresso para ver apenas a metade do ator.

Griffith realizou testes para analisar as relações que poderiam existir entre os planos, indo desde o já utilizado plano geral até os *close-ups*. Nesse processo, ele notou que, “dependendo da distância que dava para cada plano que gravava, criava uma relação emocional nas cenas” (FAXINA, 2018, p. 89). Por acreditar que a semelhança com o teatro, no qual o cinema se baseava, era equivocada, Griffith passou a desenvolver enquadramentos e posições para a concepção de seus filmes, “um legado que o tornou um dos pais da linguagem cinematográfica” (FAXINA, 2018, p. 90).

Dessa forma, ano após ano, foram sendo desenvolvidos os diferentes recursos que hoje configuram a linguagem cinematográfica. Segundo Carrière (2015, p. 20), foi “através da repetição de formas, do contato cotidiano com todos os tipos de plateias, que a linguagem tomou forma e se expandiu”, a partir da contribuição de cineastas, que, de seu próprio jeito, ajudaram a construir o vasto e invisível dicionário que hoje consultamos.

Além do cinema, o rádio, a TV e a Internet também desenvolveram, com o tempo, sua própria forma de representação e comunicação, ou seja, sua linguagem. Portanto, a partir de agora apresentaremos aspectos dessas linguagens, iniciando

pelo rádio, em seguida o cinema, a televisão, e, por último, a Internet, considerando a ordem histórica do surgimento de cada uma dessas mídias.

2.1.1 Linguagem radiofônica

Para Consani (2007), o rádio ainda se mantém em alta entre os meios de comunicação em virtude de suas características intrínsecas, extrínsecas e potenciais. As características intrínsecas são as razões técnicas do rádio, sendo elas: a liberdade imaginativa que o rádio favorece ao não entregar a versão pronta e acabada dos fatos narrados em forma de imagens; o alcance humano, uma vez que o rádio, da mesma forma que a Internet, atinge grandes parcelas da população; o alcance geográfico, considerando que a estrutura da radiodifusão tem uma cobertura regional, e, se disponível na *web*, global; a simplicidade de produção, uma vez que o rádio exige recursos técnicos básicos para sua operação; o baixo custo de produção se comparado às outras mídias; e a agilidade, em virtude das condições técnicas do rádio de reportar notícias antes dos outros meios, devido, justamente, à simplicidade técnica que mencionamos anteriormente.

As características extrínsecas do rádio, decorrentes, principalmente, de algumas condições históricas, são: a seletividade, ou seja, o meio é obrigado a recortar os temas de acordo sua importância, uma vez que o espaço para informações é menor se comparado aos outros meios; a personalidade, considerando que a radiofonia, ao depender das qualidades expressivas dos locutores, é marcada pelas características particulares da oralidade, o que faz as emoções conotarem sentido distinto das mídias impressas, por exemplo; a adaptabilidade, uma vez que o rádio, ao não monopolizar a atenção do ouvinte, pode dividi-la com outras mídias; a essencialidade, já que a informação transmitida no rádio assume, quase sempre, a forma de manchetes, destacando suas partes mais importantes. O potencial informativo do rádio ajuda o ouvinte a formar sua opinião a partir de uma apresentação mais concisa dos fatos; e a identificação pessoal, pois, apesar de se dirigir a milhares de ouvintes, o rádio se dirige a cada um deles em um discurso direto, como se estivesse conversando com cada indivíduo em particular (CONSANI, 2007).

A atenção do ouvinte raramente estará complementamente voltada à programação, pois, conforme Lage (2006, p. 46), “ouve-se rádio trabalhando, dirigindo

automóvel, até caminhando na rua, no supermercado ou na estação de metrô”. Dessa maneira, para captar a atenção da audiência, os profissionais devem inserir, durante a programação, uma série de estratégias de arrebatamento, sustentação e fidelização, para competir com as outras atividades do ouvinte e assim ganhar a atenção dele (HERNANDES, 2006).

Além das características estrínsecas e intrínsecas, Consani (2007) cita as potencialidades do rádio, ou seja, as tendências que podem ou não se efetivar, mas que ajudam a definir a linguagem radiofônica, sendo elas: o didatismo, em virtude da vocação educativa do meio que, desde seus primórdios, se presta à exposição oral de conceitos; a musicalidade, pois a mídia radiofônica alimenta uma relação permanente com a música, o que proporcionou à indústria fonográfica viabilidade comercial para se desenvolver; a utilidade pública, considerando que a maioria dos ouvintes, ao sintonizar uma rádio, procura por informações de utilidade imediata, por exemplo sobre o trânsito e condições meteorológicas.

Em relação ao aspecto potencial para divulgar informações de utilidade pública, McLuhan (1996) argumenta que este foi um dos efeitos que a popularidade da televisão gerou sobre o rádio, o que contribuiu para transformá-lo de um meio de entretenimento numa espécie de sistema nervoso da informação.

Notícias, hora certa, informações sobre o tráfego e, acima de tudo, informações sobre o tempo agora servem para enfatizar o poder nativo do rádio de envolver as pessoas umas com as outras. O tempo é um meio que envolve todas as pessoas por igual. As variações do tempo constituem o tópico principal do rádio, banhando-nos em fontes de espaço auditivo (MCLUHAN, 1997, p. 144).

Com o advento da TV, o rádio também reverteu-se de uma forma de audiência em grupo ao uso pessoal e individual. Assim, ele se voltou às necessidades individuais da população, criando programações diversas para atingi-la em diferentes momentos do dia (MCLUHAN, 1996).

Conforme argumenta Consani (2007), a linguagem do rádio se desenvolveu em virtude de uma série de fatores, como: o resgate da oralidade; o atendimento a uma demanda reprimida por notícias, a assimilação de formas de expressão artísticas como o teatro e a música, que passaram a ser transmitidas em novos formatos como a radionovela e a programação musical. Adorno (2002) também cita a apropriação da

tecnologia radiofônica para alavancar o sistema produtivo capitalista, que se deu por meio da propaganda no rádio e pelo surgimento de uma indústria de produção, que passou a empregar técnicos, redatores, diretores e outras funções que, com o tempo, foram se transformando em especializações.

Em síntese, podemos afirmar que, no rádio, a comunicação afetiva e o estímulo à imaginação por meio de imagens auditivas, contribuem para a redução da descentração do ouvinte. Já a estética da voz, manter um diálogo com o ouvinte e uma abordagem intimista do conteúdo, ajudam a reduzir a ausência do interlocutor e o desconhecimento da reação do ouvinte. Para contornar o problema da atenção superficial do ouvinte, que divide o rádio com outras atividades, o locutor pode-se utilizar de vínculo com o cotidiano e referências da cultura local. Já para reduzir a monotonia, causada pela unissensorialidade do rádio, o locutor pode-se utilizar de técnicas como diversidade de formatos e de recursos, como enquetes, entrevistas, reportagens, dentre outros.

2.1.1.1 Diálogo com o ouvinte

O rádio resgata a oralidade, uma vez que, ao rejeitar a hegemonia do texto, abre oportunidades para o improviso e a criação em tempo real. Apesar da produção radiofônica poder nascer do improviso e da criação espontânea, quando desejamos maior segurança técnica, o produtor deve construir o roteiro, que podemos definir como um texto que descreve uma produção, utilizando termos de fácil compreensão para a equipe de profissionais envolvida (CONSANI, 2007).

Como nos informa Consani (2007), há uma distinção entre a oralidade tradicional e sua forma assimilada e transformada pela rádio-linguagem. A oralidade tradicional se mantém de forma espontânea, sem compromissos com a cultura erudita, apenas com a motivação baseada no interesse pessoal e afetivo dos comunicadores. Já a linguagem radiofônica vai se modificando a partir da inclusão de fórmulas de expressão consagradas pelo público, além de respeitar, mesmo que minimamente, as normas cultas da língua e representar interesses político, econômico e culturais de grupos sociais distintos.

Conforme Hernandez (2006), um programa radiofônico é uma sequência de elementos: fala, músicas, sons – que podem ser efeitos de sonoplastia ou barulhos do ambiente em que está o apresentador – estruturados em um fluxo, por meio da

montagem. A locução do âncora é a base desse discurso, marcado pela organização temporal da expressão. Para Faxina (2018), rádio é um espaço de diálogo entre ouvinte e locutor. Dessa forma, primeiramente aciona a empatia para depois chegar ao emocional. É por isso que, geralmente, o radialista se dirige a seus ouvintes dizendo “você”. Essa fala direta estabelece, como nos informam Litto e Formiga (2009, p. 56), uma “relação de intimidade entre o ouvinte e o locutor que se realiza pela identificação mútua acentuada pelo fato de o meio estar integrado à rotina do cotidiano”.

Para Litto e Formiga (2009, p. 57), a linguagem radiofônica tende a ser “intimista, sugestiva, simples, objetiva, direta e agradável” (LITTO; FORMIGA, 2009, p. 57), em virtude das características tecnológicas do meio, como: transmissão efêmera, ou seja, passageira, unidirecionalidade da mensagem, unissensorialidade e interação condicionada à utilização de outras mídias.

A mensagem de rádio é efêmera, uma vez que não há possibilidade, para o ouvinte, de retornar à mensagem para escutá-la novamente, diferentemente do que ocorre com a mensagem escrita, que possibilita ao leitor reler os trechos que não ficaram claros. Conforme Kaplún (1999, p. 63), “o que foi dito já foi dito, já aconteceu; se não foi captado e entendido, não há remédio. O ouvinte se desconecta porque não consegue entender integralmente o restante da exposição”. Contudo, segundo Ferraretto (2014), a Internet e as tecnologias associadas a ela alteraram essa realidade ao disponibilizarem, *on-line*, o material já transmitido. Apesar disso, a regra geral ainda é pensar a mensagem radiofônica considerando a facilidade de fugacidade do sonoro.

Para Litto e Formiga (2009, p. 61), o caráter efêmero da linguagem radiofônica, que leva à distração do ouvinte, pode ser superado pelo uso da redundância, considerando que “a atenção superficial e a inconstância da audição podem ser minimizadas se forem explorados elementos de identificação com as experiências cotidianas do público”. Considerando que ouvir rádio é geralmente uma atividade individual, Kaplún (1999) defende a utilização de uma linguagem intimista, com o objetivo de o interlocutor falar diretamente ao ouvinte.

A unidirecionalidade da mensagem do rádio é explicada pelas possibilidades mínimas de participação e interação que o meio promove com o ouvinte. O ouvinte não vê e não conhece o interlocutor, nem pode manter uma relação interpessoal com

ele durante a transmissão radiofônica. Essa limitação pode ser superada, em parte, se o interlocutor utilizar uma abordagem dialogada do conteúdo, por meio de uma comunicação afetiva e emocional, fazendo com que o ouvinte acrescente suas emoções ao conteúdo que escuta, “identificando-se afetivamente e estabelecendo uma conexão de intimidade” (LITTO; FORMIGA, 2009, p. 57).

A comunicação afetiva entre ouvinte e interlocutor pode ser explicada pela ampliação da imprensa. Durante séculos, houve uma separação rígida entre escritores e leitores, situação que se modificou a partir do aparecimento de órgãos políticos, religiosos, científicos, profissionais e regionais, o que fez que um número crescente de leitores começasse a escrever, a princípio esporadicamente, limitando-se à publicação das correspondências na seção “Cartas dos leitores” dos jornais (BENJAMIN, 1986). O leitor foi se aproximando cada vez mais do escritor, a ponto de converter-se em um escritor.

2.1.1.2 Imagens auditivas

Para Kaplún (1999), a característica de unissensorialidade do rádio gera consequências como o cansaço e a descentração. A fadiga, conforme argumenta o autor, pode ocorrer em virtude de a transmissão radiofônica, ao centrar em somente um sentido – a audição –, provocar monotonia e cansar o ouvinte mais rapidamente que uma programação televisiva, uma vez que o rádio carece de elementos visuais. A distração, segundo o autor, pode ser causada justamente pela falta de elementos visuais, dessa forma, se a emissão não for interessante o suficiente, o ouvinte pode se distrair.

Litto e Formiga (2009, p. 67) complementam essa afirmação argumentando que o rádio, ao lidar somente com o sentido de audição, o ouvinte, de acordo com estímulo sonoro recebido, “amplia a capacidade imaginativa, isto é, ele cria na mente a imagem do que está sendo transmitido; por exemplo, o ouvinte visualiza a descrição feita pelo locutor que está narrando uma partida de futebol sobre o lance que levou ao gol”.

Uma forma de atenuar a fadiga e a descentração, provocadas pela natureza unissensorial do rádio, é complementar a emissão criando imagens auditivas por meio de ruídos, efeitos sonoros e música, que contribuem para despertar a imaginação do ouvinte por meio de uma comunicação instigante (KAPLÚN, 1999). Conforme Ferraretto (2014),

a música e os efeitos sonoros exploram a sugestão, criando imagens na mente do ouvinte. São auxiliados pelo tom e pela flexão da voz. Os efeitos, em geral, permitem ao público ver o que está sendo descrito, e a música possibilita ao ouvinte sentir o que se transmite. Servem também para pontuar a mensagem (FERRARETTO, 2014, p. 35).

De forma resumida, Ferraretto (2014) expõe que as funções básicas da voz são: fornecer dados concretos, contribuir na construção da narrativa, descrever cenários e personagens, indicar estados de ânimo. A música, por sua vez, tem como funções básicas: pontuar a narrativa, comunicar algo, criar ou sugerir clima/atmosfera. Os efeitos sonoros têm como funções: evocar sons naturais, marcar transições de espaço, indicar estados de ânimo, construir cenários. O silêncio, que significa a ausência de som, também possui funções na emissão radiofônica, sendo elas: potencializar a expressão, a dramaticidade e os significados da mensagem, permitir a reflexão e delimitar partes da narrativa.

Segundo Martínez-Costa e Díez Unzueta (2005) os efeitos sonoros possuem funções, sendo elas: 1) referencial, quando evocam um som natural, reforçando ou exagerando uma ação; 2) programática, quando pontuam ou destacam informações na programação, por exemplo, o *bip* para indicar a hora certa; 3) descritiva ambiental, que contribui para a construção de um cenário no imaginário do ouvinte, possibilitando a localização de personagens e objetos dentro da narrativa; e 4) expressiva, quando indica estados de ânimo.

2.1.1.3 Empatia

Para Ferraretto (2014), o rádio tem como objetivo criar uma relação de empatia com o público, porque, conforme argumenta Parry (2012, p. 257), “rádio é diálogo, uma conversa um a um: trata-se de uma mídia muito pessoal”. Conforme Litto e Formiga (2009), a empatia com a audiência também pode ser construída com a inserção de recursos da linguagem radiofônica, como dramatizações de situações cotidianas, entrevistas, relatos de casos de sucesso, histórias de vida, variadas e dinâmicas, desde que mantenham o caráter lúdico do rádio. Para favorecer a compreensão dos assuntos abordados durante a transmissão radiofônica, a programação pode fazer uso de exemplificações, comparações com a vivência e o cotidiano do público.

Para estabelecer empatia com o a audiência, Litto e Formiga (2009) recomendam a utilização da linguagem popular, simples e direta, que destaque o falar local e o modo de vida da população. Para Ferreira (2018), o falar local é construído a partir de variações na língua, que ocorrem em virtude de fatores linguísticos ou internos e fatores extralinguísticos, também chamados de sociais ou externos. Além da origem geográfica, outros fatores linguísticos condicionam a variação da língua, como: classe social, uma vez que pessoas de diferentes níveis sociais falam de maneiras diferentes; escolarização, considerando que o acesso à escola e às práticas de letramento influenciam na fala dos indivíduos; idade, uma vez que pessoas de diferentes gerações falam de modos distintos; gênero, considerando que homens e mulheres falam de maneiras diferentes e redes sociais, pois “em cada rede social à qual o indivíduo pertence (família, vizinhança, amigos de infância, academia de ginástica, trabalho etc., ele tende a apresentar um comportamento linguístico específico)” (p. 73).

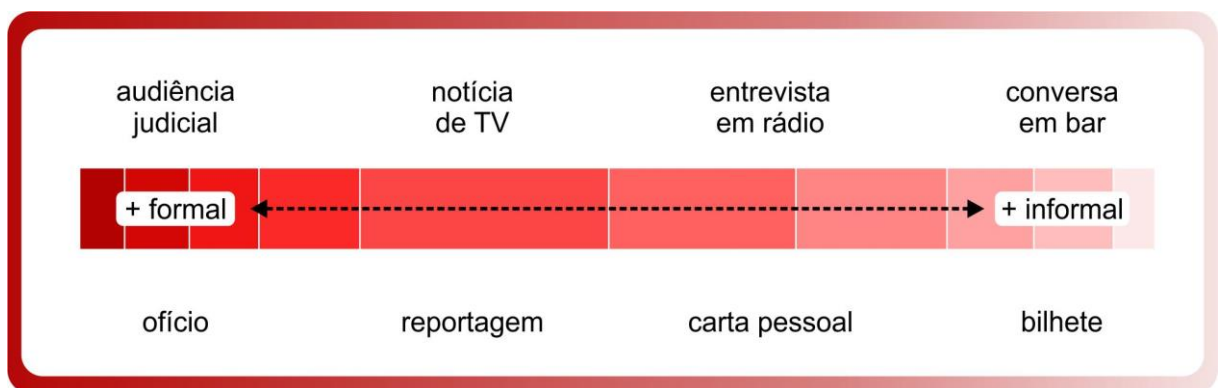
As variações linguísticas sofrem interferências de acordo com: a) variação fonético-fonológica, que ocorre nas distintas maneiras de se pronunciar a letra “r”, como nas palavras carta e mar; b) variação morfológica: termos que expressam a mesma ideia, como “suco de caju”, usado em Minas Gerais e “cajuada”, falado na Bahia; c) variação sintática: utilização de estruturas sintáticas diferentes mas com mesmo sentido; d) variação lexical: termos distintos para designar o mesmo objeto, como “aipim” e “macaxeira”, que referem-se ao mesmo alimento; e) variação estilístico-pragmática: os enunciados “por favor, aproxime-se” e “chega mais” apresentam diferentes graus de formalidade, sendo utilizados em contextos comunicacionais distintos, que variam conforme o ambiente da interação e o grau de intimidade entre os interlocutores, por exemplo (FERREIRA, 2018).

2.1.1.4 Informalidade

Segundo Ferreira (2018), tanto a fala quanto a escrita apresentam um estilo de linguagem que varia conforme o nível de formalidade no uso da língua: podendo ser mais ou menos formal. Assim, conforme exemplifica a autora, enquanto uma piada é contada em um estilo mais informal, o texto de uma lei apresenta um estilo mais formal.

O estilo de linguagem passa por uma gradação. Dessa forma, conforme argumenta Ferreira (2018, p. 66), devemos pensar em um “contínuo entre formal e informal, que começa no mais formal, passa por ‘graus’ ou ‘níveis’ de formalidade e informalidade intermediários e chega aos mais informais”. A figura a seguir apresenta essa relação de gêneros com o estilo de linguagem em um contínuo, que inicia do mais formal até o mais informal. Os gêneros da fala estão situados acima da linha tracejada e, abaixo, estão os gêneros de escrita.

Figura 1 – Estilo de linguagem: do mais formal ao mais informal



Fonte: Ferreira (2018, p. 67).

Podemos perceber, ao analisar a figura, que, na fala, a audiência jurídica tende a ser mais formal se comparada a um noticiário televisivo. Por outro lado, uma conversa em um bar tende a ser mais informal em comparação a uma entrevista de rádio. Já em relação à escrita, o ofício tende a ser mais formal se comparado ao texto de uma reportagem, enquanto o bilhete tende a ser mais informal em comparação a uma carta pessoal.

Como nos informa Azeredo (2010), uma pessoa é capaz de utilizar diferentes estilos, dependendo do contexto comunicacional no qual se encontra. Para mostrar a diferença entre os estilos formal e informal, o autor utiliza duas frases: “peço licença aos senhores para me ausentar por dez minutos”, considerada estilo formal, e “alh’áí pessoal, vou dar uma saidinha mas volto já”, considerada estilo informal.

Conforme Terra (2008), o estilo informal, também denominado coloquial, é a forma de linguagem utilizada pela maioria das pessoas em seu dia a dia, sobretudo em situações informais, como em um bate-papo com amigos e familiares. A linguagem

informal é caracterizada pela espontaneidade, uma vez que o falante não se preocupa com as regras ditadas pela comunidade para se comunicar.

Na linguagem informal, segundo Terra (2008, p. 92), é comum a utilização de gírias que se referem à “uma linguagem expressiva utilizada pelos falantes de um determinado grupo social”. Para Patriota (2009, p. 31), as gírias são “motivadas por fatores como idade, sexo, profissão, condição social, escolaridade, e surgem como variações próprias de grupos que compartilham uma forma particular de comunicação”. As gírias são relativamente efêmeras, ou seja, logo são substituídas por outras. Como exemplifica Terra (2008, p. 92), “quem hoje diria, por exemplo, como se dizia há algum tempo, que está ‘gamado naquele broto porque ele é um pão’, ‘que tudo está nos trinquês’ ou ‘na crista da onda’ ou ainda que ‘isso é do balocobaco?’”

O caráter simultâneo e instantâneo da transmissão radiofônica requer uma linguagem informal, pautada na simplicidade, na neutralidade e na clareza. Além disso, em virtude de o ouvinte só ter condições de reter a mensagem por alguns segundos, há a necessidade, no rádio, da utilização de “frase breve, despojada, isenta de muitos adjetivos e advérbios, centrada no verbo, com predominância das construções coordenativas, que dificultam a compreensão ou o acompanhamento do texto” (MOURA, 1999, p. 51).

O rádio serviu de modelo para outras mídias que surgiram posteriormente, como a televisão (CONSANI, 2007). Conforme argumenta Parry (2012, p. 33), a TV “veio combinar o rádio com tubos de raios catódicos para a transmissão de imagens”. Portanto, segundo Jost (2007, p. 44), “longe de se afirmar como uma mídia independente, com propriedades únicas e insubstituíveis”, a televisão sintetizou as técnicas e espetáculos já existentes.

2.1.2 Linguagem cinematográfica e televisiva

Segundo Santaella (2007), o cinema e a televisão utilizam elementos comuns de linguagem, como o enquadramento, a composição, a estrutura da imagem, a mobilidade do ponto de vista. Contudo, em virtude das dimensões reduzidas da tela da televisão, “há escolhas preferenciais, como os planos aproximados e de curta duração proporcionados por uma frequência bem maior dos cortes nas tomadas, a

ponto de se poder afirmar que, enquanto o cinema cria uma sintaxe de durações, a televisão cria uma sintaxe de cortes” (p. 368).

Para Dubois (2014), a linguagem cinematográfica, que engloba diferentes planos, movimentos de câmera, montagem, foi e continua sendo parte da linguagem da televisão. Segundo Moran (2015, p. 51),

a televisão combina imagens estáticas e dinâmicas, imagens ao vivo e gravadas, imagens de captação imediata, imagens referenciais (registradas diretamente com a câmera) com imagens criadas por um artista no computador. Junta imagens sem ligação referencial (não relacionadas com o real) com imagens “reais” do passado (arquivo, documentários) e mistura-as com imagens “reais” do presente e imagens do passado não “reais”.

A principal diferença entre a televisão e o cinema é o processo produtivo. Enquanto no cinema o processo é longo, pois envolve a roteirização, os atos de filmagem, a montagem, a sonorização etc.; na televisão, especialmente na televisão ao vivo, o tempo para manipular os materiais, “os enquadramentos, o *zoom*, a duração das tomadas, os cortes, tudo é radicalmente encurtado e tudo deve ser resolvido no ato mesmo da emissão” (SANTAELLA, 2007, p. 368).

2.1.2.1 Produção

Tanto no cinema quanto na televisão, a primeira etapa para a concepção de uma obra cinematográfica ou de um programa televisual, é a produção, que envolve a roteirização e a montagem de cenário, as quais explicaremos a seguir.

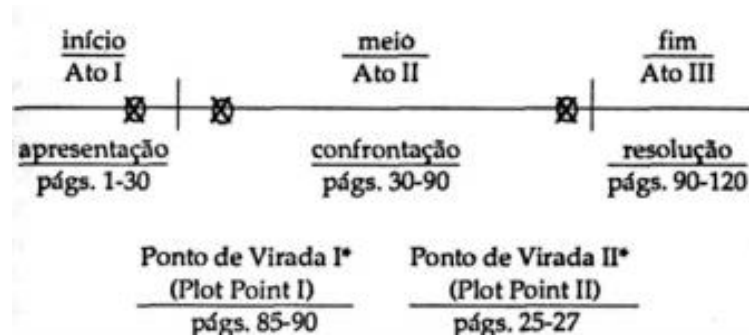
2.1.2.1.1 Roteirização

Para Comparato (2009), roteiro define-se como uma forma escrita de qualquer projeto audiovisual, abrangendo, portanto, o cinema, a televisão e o rádio. Como nos informa o autor do livro *Manual do Roteiro*, Syd Field (2001), um roteiro é uma história contada com imagens e, portanto, estrutura o que será abordado no vídeo.

Segundo Field (2001), um roteiro de cinema possui início, meio e fim, com uma estrutura linear básica, que sustenta todos os elementos do enredo no lugar. Uma história, portanto, é um todo, que possui diversas partes – a ação, as cenas, as

sequências, os atos, os episódios etc. Na figura a seguir apresentamos como um roteiro de cinema é estruturado.

Figura 2 – Paradigma de roteiro



Fonte: Field (2001, p. 3).

O início, demarcado por Field (2001) como ato 1, representa os dez minutos iniciais do filme. Nesta primeira unidade de ação, são apresentados o personagem principal, a premissa dramática da história, ou seja, sobre o que ela trata, e os relacionamentos entre o personagem principal e os outros indivíduos que participam da trama. É nessa etapa que o espectador, de forma consciente ou inconsciente, determina se gosta ou não de um filme.

No fim do ato 1, conforme Field (2001), ocorre o primeiro ponto de virada do filme. É nesse momento que a história muda de direção. Cada ponto de virada, segundo o autor, move a história adiante, no sentido da resolução do problema. Em seguida, ocorre o ato 2 que, segundo Field (2001), é uma unidade de ação dramática. Nesse momento, o personagem principal enfrenta obstáculos, o que o impede de atingir sua necessidade dramática, ou seja, o que ele deseja alcançar durante a trama.

Ao fim do ato 2, ocorre o segundo ponto de virada, que novamente muda o rumo da história. O ato 3, por sua vez, é a resolução. Contudo, a resolução não significa um fim, mas uma solução ao conflito apresentado no ato 2. O ato 3, portanto, resolve a história (FIELD, 2001).

No roteiro de uma obra audiovisual, o roteirista descreve, à equipe, como serão os cenários, quais serão os enquadramentos, os ângulos, os movimentos de câmera, as transições, a vinheta, dentre outros recursos do filme.

2.1.2.1.2 Cenários

O cenário, segundo Cardoso (2008, p. 17), “é um tipo específico de representação plástica que irá configurar o espaço em que se move o ator”. No cinema, conforme expõe Martin (2013), o conceito de cenário refere-se às paisagens naturais e também às construções humanas. Sejam de interiores ou de exteriores, os cenários podem ser reais, ou seja, preexistir à rodagem do filme, ou construídos em estúdio.

Quanto aos cenários televisivos, Cardoso (2008) os categoriza em espaços naturais, espaços naturais representados e espaços imaginários. Os espaços naturais referem-se às locações, que podem ser externas, como ruas, praias, praças, e internas, como teatros, museus, etc. Os espaços naturais representados referem-se aos cenários construídos ou produzidos por meio de modelagem digital, que podem estar em estúdios, cidades cenográficas ou, ainda, na memória do computador. Esses espaços, apesar de serem construídos tendo como base os modelos de espaços naturais, servem tão somente à encenação. Os espaços imaginários, por sua vez, são os ambientes fantasiosos, que não utilizam como referência espaços naturais. Esses cenários estão presentes em programas de auditório, documentários, telejornais, programas infantis, dentre outros.

O cenário considera o tom do programa televisual, pois, ao atingir um certo tipo de telespectador, faz uso de “recursos cenográficos determinados em função das especificidades do programa ou gênero” (CARDOSO, 2008, p. 18). Dessa forma, o cenário sofre influência do tom televisual e dos gêneros televisivos. Em alguns desses gêneros, por exemplo, o cenário atua timidamente, meramente como fundo da ação. Em outros, ele participa ativamente da ação, como um elemento comunicacional.

A exibição do cenário muda de acordo com o enquadramento que está sendo utilizado, seja em uma obra cinematográfica ou em um programa televisual. Na TV ou no cinema, por exemplo, quanto mais aberto o enquadramento, mais informações visuais do ambiente em que ocorre a ação dos personagens são exibidas na tela. Por outro lado, quanto mais fechado o enquadramento, menos partes do cenário ficam visíveis ao espectador, uma vez que o foco ficará no objeto que está sendo filmado (CARDOSO, 2008).

2.1.2.2 Gravação

Com cenário e roteiro prontos, inicia-se, então, o processo de captação das imagens, o que envolve a escolha de enquadramentos, ângulos e movimentos de câmera.

2.1.2.2.1 Enquadramentos

A seleção do enquadramento, ou seja, da composição das imagens na tela, do que se pretende mostrar no vídeo, é a primeira etapa para transformar uma realidade exterior em matéria artística (MARTIN, 2013). Enquadramento, na explicação de Napolitano (2008, p. 134), é "aquilo que a câmera capta, ou melhor, como a câmera seleciona o quadro mostrado na tela".

Para Hernandes (2006, p. 138), enquadramento é “deixar um objeto dentro ou fora do quadro”. O autor usa como exemplo o cinema de terror, que ao não exibir o monstro, apenas utilizar recursos sonoros para dar a entender que ele está na cena, pode causar suspense e medo no espectador.

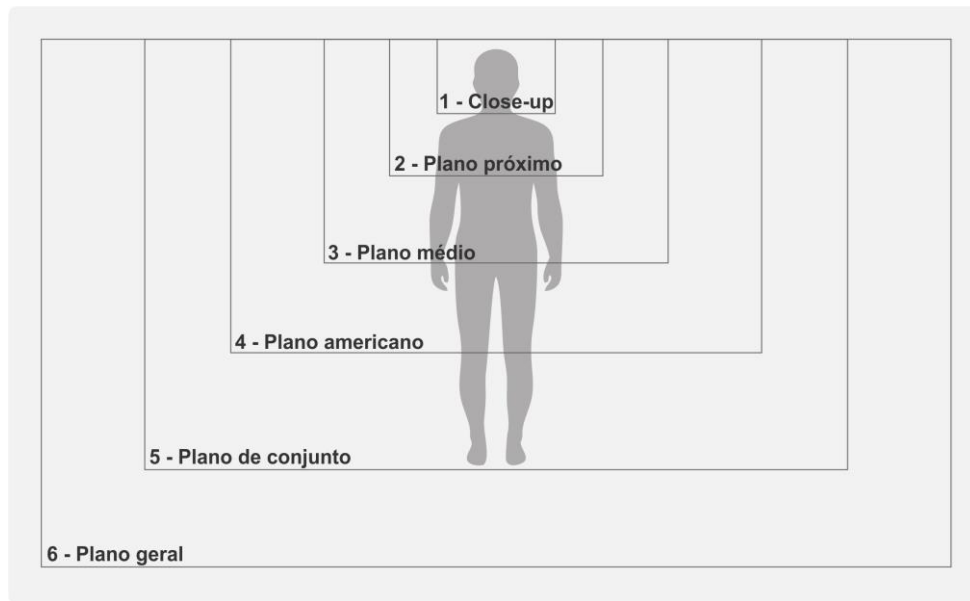
No cinema, o enquadramento costuma ser dividido em: plano de conjunto; plano geral; plano médio; plano americano; primeiro plano ou plano fechado e *close-up*. Plano, nas palavras de Mascelli (2010, p. 19), “define uma visão contínua filmada por uma câmera sem interrupção”. Hernandes (2006, p. 137) argumenta que os planos de câmera “referem-se às possibilidades de se mostrar um objeto. Pode ser de muito longe, dentro de um determinado contexto, ou de muito perto, a ponto de se exibirem todos os detalhes”.

Napolitano (2015, p. 234) cita diversos tipos de planos, sendo eles:

plano de conjunto (panorâmico), plano geral (quando os atores, objetos centrais e cenários são mostrados a distância), plano médio (quando o ator ou o objeto de primeiro plano é enfatizado), plano americano (quando o ator é mostrado dos joelhos para cima), primeiro plano (quando se enfatiza o rosto do ator) e o *close-up*, ou pormenor (quando uma parte do corpo ou do objeto é mostrado à distância curtíssima).

Na figura a seguir, extraída de Hernandes (2006, p. 140), podemos visualizar os planos tendo o corpo humano como parâmetro. O autor, no entanto, utiliza o termo plano próximo para definir primeiro plano.

Figura 3 – Posicionamentos de Câmera



Fonte: Hernandes (2006, p. 140)

De acordo com Martin (2013, p. 40), “a maioria dos planos não tem outra finalidade senão a comodidade da percepção e a clareza da narrativa”. A escolha do plano, então, é determinada pela distância entre a câmera e o objeto. O plano mais próximo do ator é o *close-up* ou *close*, que gera uma “proximidade afetiva do público com algo ou com alguém mostrado na tela” (HERNANDES, 2006, p. 138).

Martin (2013, p. 41) se refere ao *close* como primeiro plano, afirmando que “é no primeiro plano do rosto humano que se manifesta melhor o poder de significação psicológico e dramático do filme, e é esse tipo de plano que constitui a primeira, e no fundo a mais válida, tentativa de cinema interior”. Esse plano, para Hernandes (2006, p. 139), leva a uma concentração do espectador, uma vez que a câmera “impõe a máxima atenção para a fala do personagem. O olhar do telespectador não se dispersa”.

Enquanto a aproximação sujeito-objeto relaciona-se a atos de intimidade e desperta curiosidade e atenção, o distanciamento promovido pela câmera, ao contrário, pode surgir como consequência de uma curiosidade satisfeita, como se “o objetivo que despertou uma atenção inicial tivesse exaurido a capacidade de atrair o sujeito” (HERNANDES, 2006, p. 137).

Um plano de câmera, ao simular a aproximação do enunciatório com um elemento do enunciado, gera efeito de intimidade, afetividades, tensão. E os planos mais amplos, que expõem essa mesma unidade como parte de um contexto, impõem certos efeitos de distanciamento, distinção e inteligibilidade (HERNANDES, 2006, p. 137).

A definição utilizada por Moletta (2014, p. 48) para primeiro plano é plano fechado, que para ele “mostra o personagem dos ombros até o alto da cabeça, possibilitando ao espectador penetrar nas emoções e nos dramas internos dos personagens. Exibe sutilezas de expressão, como um leve sorriso ou um pequeno desvio de olhar”. Portanto, quando o personagem é apresentado no primeiro plano, podemos nos sentir mais íntimos dele e nosso relacionamento com ele fica mais próximo.

O plano médio, conforme explica Mascelli (2010, p. 35), “pode ser mais bem definido como um plano intermediário, porque fica entre um plano geral e um *close*. Os atores são filmados acima dos joelhos ou logo abaixo da cintura”. Já Moletta (2014, p. 48), explica que o plano médio “apresenta o personagem até um pouco acima da cintura, permitindo que o espectador se aproxime mais dele. Notam-se os gestos largos, e sente-se a cumplicidade com o personagem ou rejeição a ele”.

No plano americano, “os personagens são visualizados até um pouco acima dos joelhos” (MOLETTA, 2014, p. 48). Esse plano foi criado na década de 1940, em virtude, principalmente, dos filmes de *bangue-bangue* norte-americanos, para permitir que o público pudesse visualizar os mocinhos e os bandidos sacando as armas durante as cenas de duelo.

O plano de conjunto, para Moletta (2014, p. 48) é “formado pela combinação de um personagem com um objeto, ou pela combinação de mais de um personagem em cena. Esse plano serve para compor mais de um elemento importante para a ação numa mesma imagem”.

Segundo Mascelli (2010, p. 34), o plano geral, ou PG, “compreende toda a área de ação. O lugar, as pessoas e os objetos em cena são mostrados num plano geral a fim de familiarizar o público”. Para Moletta (2014, p. 47), o plano geral “apresenta ao espectador o universo em que os personagens estão inseridos. O personagem pode compor o plano geral ou não; caso apareça, será de forma quase imperceptível”. O plano geral pode mostrar uma casa, uma rua, um aposento, ou seja, qualquer lugar

em que a ação ocorre, e deve ser usado para determinar todos os objetos em cena (MASCELLI, 2010; MOLETTA, 2014). Sobre isso, Hernandes (2006) argumenta que

no plano geral, o contato do público com o que é apresentado é mais da ordem inteligível. Vale dizer que uma diferença entre uma fita de cinema e o vídeo jornalístico é a inexistência de um grande plano geral, que apresenta uma enorme área de ação, filmada de longa distância. Na TV, o grande plano geral tem utilização muito limitada. Os detalhes desaparecem em uma tela pequena (HERNANDES, 2006, p. 140).

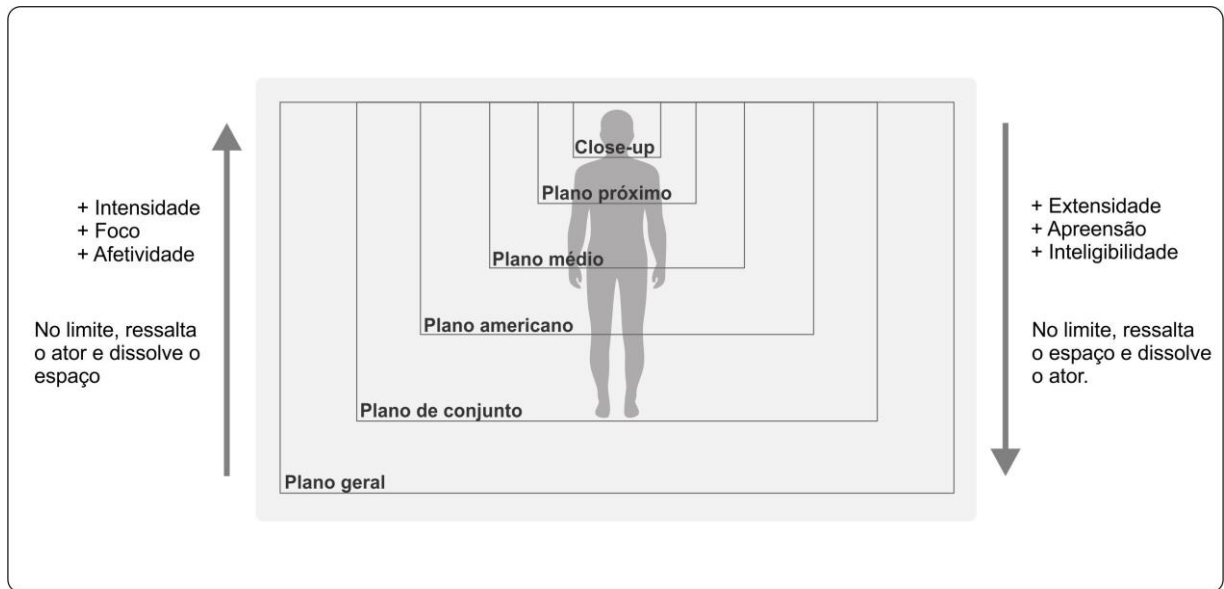
Como nos informa McLuhan (1996), diferentemente do cinema, a imagem da TV é de baixa intensidade ou definição. Dessa forma, ela não fornece informações detalhadas sobre os objetos. O autor complementa sua afirmação, dizendo que, em virtude de suas características técnicas, a TV tende a ser um meio de primeiros-planos. No cinema, enquanto a utilização do *close-up* evidencia o objeto; na TV, seu uso é normal.

Segundo Jost (2007, p. 47), em virtude de aspectos técnicos, a televisão estaria “condenada ao grande plano, que representa o indivíduo na escala de seu telespectador, simplesmente porque a telinha torna ilegível o plano geral e o plano conjunto”. Arlindo Machado (2014, p. 177) complementa essa afirmação argumentando que, em virtude da tela de dimensões pequenas, a imagem do vídeo é inadequada para informações abundantes. Dessa forma, “multidões em plano geral são motivos pouco adequados ao vídeo, assim como são inadequados os cenários amplos e as decorações muito minuciosas, pois esses motivos se reduzem a manchas disformes quando inseridos na tela pequena”.

Assim, segundo Machado (2014), o primeiro plano é o recorte mais adequado para a televisão. No entanto, isso não significa que somente possam ser utilizados primeiros planos, mas que todos os planos tendem para o recorte fragmentário e fechado, limitando a quantidade de figuras que são exibidas ao mesmo tempo na tela.

A figura a seguir, adaptada de Hernandes (2006), mostra os efeitos dos enquadramentos de câmera.

Figura 4 – Enquadramentos e efeitos de câmera



Fonte: Adaptado de Hernandes (2006, p. 140).

Podemos compreender, a partir dos conceitos abordados na figura anterior, que quanto mais fechado o plano, mais intensidade, foco e afetividade a cena proporcionará ao espectador. Do contrário, quanto mais aberto o plano, mais extensidade, apreensão e inteligibilidade a cena proporcionará.

Um vídeo é composto de diversos planos. Uma história cinematográfica, por exemplo, é uma sequência de imagens que mudam constantemente, retratando acontecimentos de vários pontos de vista. Segundo Mascelli (2010, p. 19), “a escolha do ângulo da câmera pode posicionar o público mais perto da ação, para que observe uma parte importante num grande *close* ou mais distante, para que aprecie a grandeza de uma vasta paisagem”.

2.1.2.2.2 Câmera subjetiva

Os enquadramentos, os tipos de planos e os ângulos de filmagem criam e condicionam a expressividade da imagem. Já explicamos o conceito de enquadramento e dos tipos de planos, agora iremos nos debruçar sobre os ângulos de filmagem.

Para esta dissertação, consultamos estudiosos de cinema, como Martin (2013), Mascelli (2010) e Moletta (2014), e observamos que cada um deles possui uma

definição diferente para ângulos de filmagem. Mascelli (2010), por exemplo, divide os ângulos em dois tipos: câmera objetiva e câmera subjetiva, e por vezes usa os termos planos subjetivos e objetivos, da mesma forma o faz Moletta (2014) ao descrever o plano subjetivo. Por sua vez, Martin (2013) refere-se às câmeras subjetiva e objetiva como efeitos subjetivos e efeitos objetivos.

Mascelli (2010, p. 20) argumenta que a câmera objetiva “filma de um ponto de vista *externo*. O público vê o fato através dos olhos de um observador oculto, como se estivesse espionando”. A maioria das cenas de obras cinematográficas é filmada por câmeras objetivas.

Em contrapartida, a câmera subjetiva “filma de um ponto de vista *pessoal*. O público participa da ação na tela como se fosse uma experiência própria” (MASCCELLI, 2010, p. 20). Para Moletta (2014), o plano subjetivo é quando a câmera se torna os olhos do personagem, fazendo com que o espectador se coloque no lugar no personagem, veja o que ele está vendo.

Mascelli (2010) complementa sua explicação, afirmando que, na câmera subjetiva

o espectador é colocado dentro do filme, seja como participante ativo, seja trocando de lugar com alguém no filme e vendo o fato através de seus olhos. O espectador também é envolvido no filme quando alguém na cena olha diretamente para a câmera – estabelecendo, assim, uma relação de olho no olho entre ator e espectador (MASCCELLI, 2010, p. 20).

O uso da câmera subjetiva, de acordo com Martin (2013, p. 37), deve-se ao fato de que o cinema se inspirou no teatro para criar sua linguagem, tanto que, nos primórdios do cinema, os atores desempenhavam “face à câmera, como se estivessem diante do espectador do teatro; além disso, nos filmes cômicos, tomavam muitas vezes o espectador como testemunha das frases espirituosas e das situações engraçadas do filme”. Contudo, para McLuhan (1996), o ator de teatro, da mesma forma que o de cinema, não mantém a intimidade que pode ser vista entre o ator de televisão e o telespectador. Isso se deve porque, tanto no teatro, quanto no cinema, os espectadores ficam intimidados com o palco ou a tela imponente.

Anos mais tarde, quando o cinema deixou de ser influenciado pelo teatro, o fato de o ator se dirigir diretamente ao espectador, por intermédio da câmera subjetiva, adquire um efeito dramático e inesperado (MARTIN, 2013).

Em *A mãe* (Pudovkin), um prisioneiro, no momento de arrancar uma pedra da parede de sua cela, volta-se repentinamente para o espectador, como se este acabasse de surpreendê-lo. Em *Fronteira* (Dovjenco), o traidor que vai ser fuzilado cobre o rosto com ar incomodado ao perceber que a câmera o encara.

Podemos ver aqui um equivalente do distanciamento brechtiano, mediante o qual o ator (vale dizer, o autor) dirige-se diretamente ao espectador, considerado não uma testemunha passiva, mas um indivíduo capaz de tomar partido diante das implicações morais do espetáculo (MARTIN, 2013, p. 37).

O apresentador de televisão, que fala olhando diretamente para a câmera, é um exemplo de câmera subjetiva. O contato visual entre apresentador e telespectador pode ajudar a criar uma relação mais próxima entre eles, porque um está olhando diretamente para o outro (MASCELLI, 2010).

Segundo Jost (2007, p. 47), os personagens da televisão conversam com os telespectadores, olhando diretamente para cada um deles, estabelecendo uma “ligação próxima da conversação, o que supõe uma troca franca, olhos nos olhos”. Para exemplificar essa suposta troca franca, citada por Jost (2007), Mascelli (2010) comenta sobre o garoto-propaganda do comercial de TV, que fala para a câmera com o objetivo de chamar atenção do telespectador, atraindo-o pessoalmente. O autor também argumenta que “esse tratamento subjetivo é ideal para documentários sempre que for desejável uma relação pessoal entre o espectador e a pessoa em cena” (MASCELLI, 2010, p. 26).

Apesar do plano subjetivo, em que a câmera ocupa o lugar de um público oculto, seja utilizado com restrição em filmes de ficção, ele oferece oportunidade para experimentação em filmes de não ficção e para a TV. Em noticiários e documentários, por exemplo, “o uso de planos subjetivos é bem-sucedido porque coloca as pessoas mais importantes em relação direta e individual com o espectador” (MASCELLI, 2010, p. 29).

Contudo, apesar de os apresentadores de telejornal encararem a lente da câmera como se olhassem diretamente para os telespectadores, eles raramente exteriorizam emoções fortes (HERNANDES, 2006), sendo a função do apresentador,

como nos informa Arlindo Machado (2000, p. 107), basicamente “ler as notícias e amarrar os vários enunciados, chamando os outros protagonistas”.

Para Hernandez (2006, p. 134), que estuda o telejornalismo realizando análises do Jornal Nacional (JN), o discurso distante dos apresentadores deve-se ao fato do JN – em operação há mais de quarenta anos – ter se consolidado como uma marca familiar ao público brasileiro. É como se houvesse um contrato entre jornal e audiência, que demonstra o peso da estratégia de fidelização para manter cada detalhe do programa tal qual o conhecemos, ou seja, “que o JN, como marca, como simulacro dos proprietários, beneficia-se, a cada edição, de todos os sentidos de familiaridade que construiu com o tempo”. Assim,

os jornalistas retiram de suas falas, por exemplo, qualquer característica enunciativa, de subjetividade, para se apresentarem como mediadores mais neutros entre público e notícia. O tom de voz é professoral. O figurino dos profissionais que aparecem na tela é clássico e discreto. Falar na frente das câmeras mostra alguém que assume o discurso e, teoricamente, projeta um efeito de subjetividade. No caso dos jornalistas, esse mesmo sujeito que vemos na tela enuncia sem falar “eu vi”, “eu conversei com” (HERNANDES, 2006, p. 134).

Para Bourdieu (1997), a mensagem dos convidados e, sobretudo, dos jornalistas, sofre restrições em virtude de uma censura invisível, uma perda de autonomia ligada, entre outras coisas, ao fato de que, na televisão, há a limitação do tempo, além de que o assunto e as condições de comunicação são impostos. O autor também cita que a censura existe em virtude de intervenções políticas, da precariedade de emprego nas profissões de televisão e rádio, o que faz com que as pessoas se conformem por uma forma consciente ou inconsciente de autocensura; e fatores econômicos, uma vez que o que se passa na TV não é determinado apenas pelos empresários que a possuem, mas também pelos anunciantes que pagam a publicidade, pelo Estado que oferece subsídios, entre outros sujeitos.

Shirky (2011) afirma que as pessoas que assistimos nos programas televisivos constituem um conjunto de amigos imaginários. Para embasar sua teoria, a autora cita uma pesquisa realizada pelos psicólogos Jaye Derrick e Shira Gabriel, da Universidade de Búfalo, nos Estados Unidos, que concluiu que os telespectadores assistem a seus programas preferidos quando se sentem solitários e que, enquanto

assistem a tais programas, se sentem menos sós. Por ser uma atividade que pode ser realizada de forma solitária, “ao mesmo tempo em que reduz o sentimento de solidão, ver televisão tem as características certas para se tornar popular à medida que a sociedade se dispersa das cidades superpopulosas e das comunidades rurais muito fechadas” (p. 13).

2.1.2.2.3 Movimentos de câmera

Segundo Edgar-Hunt *et al* (2013), a câmera, que nos primórdios do cinema normalmente se mantinha estática em todo o filme, começou a ser movimentada durante a era do cinema mudo. Na época, as câmeras foram aprimoradas e se tornaram mais fáceis e leves de serem operadas, o que contribuiu para conceder dinamismo e fluidez ao cinema.

A câmera, como informa Edgar-Hunt *et al* (2013), pode ser movimentada de várias maneiras, a saber: panorâmica (pan), panorâmica vertical (tilt), *tracking* (*dolly* ou *travelling*), *steadicam*, câmera na mão e plano de grua. No movimento de panorâmica, a câmera se move da direita para a esquerda, e vice-versa, como se estivesse balançando a cabeça de um lado para outro em um plano horizontal. Já na panorâmica vertical (tilt), a câmera se inclina para cima e para baixo, em uma linha vertical. No movimento de *tracking*, a câmera se desloca em um trilho fixo, que pode ser montado em qualquer direção. No movimento de *steadicam*, a câmera é presa ao operador de câmera, que utiliza um suporte especial, produzindo planos suaves e móveis. O movimento de câmera na mão é similar ao *steadicam*, mas gera um efeito tremido ao filme, normalmente relacionado ao realismo de um documentário ou com o plano de ponto de vista de uma personagem. Já no plano de grua, a câmera é colocada em uma grua, para produzir imagens de cima, de grandes alturas, tanto para mostrar paisagens, cenários, quanto personagens do alto.

Martin (2013, p. 49 e 57) sintetiza os movimentos de câmera em três tipos: *travelling*, panorâmica e trajetória.

O *travelling* consiste num deslocamento da câmera durante o qual permanecem constantes o ângulo entre o eixo óptico e a trajetória do deslocamento.

A panorâmica consiste numa rotação da câmera em torno de seu eixo vertical ou horizontal (transversal), sem deslocamento do aparelho.

A trajetória é uma mistura indeterminada de *travelling* e panorâmica efetuada com o auxílio de uma grua.

Os movimentos de câmera, em geral, movem efetivamente a câmera, contudo, existem outros recursos que simulam o movimento, como o *zoom*. Segundo Edgar-Hunt *et al* (2013, p. 135), o *zoom* é uma “lente de câmera que permite que o operador mude a distância focal e altere a dimensão das imagens; produz planos em movimento sem que a câmera se desloque fisicamente”.

2.1.2.3 Edição

A edição em televisão reproduz, de alguma maneira, a mesma prática da montagem no cinema: ambos tiveram sua origem ainda durante o período em que tudo era feito em processo analógico, da gravação à edição e finalização. Napolitano (2015, p. 232) define a edição como a “montagem, procedimento final que prepara o filme a ser exibido, organizando o material filmado na ordem narrativa preestabelecida pelo roteiro”.

A montagem, para Martin (2013, p. 147), “é a organização dos planos de um filme em certas condições de ordem e de duração”. O autor também argumenta que a montagem obedece a uma lei do tipo dialético: “cada plano comporta um elemento (apelo ou ausência) que encontra respostas no plano seguinte” (MARTIN, 2013, p. 156). Dessa forma, cada plano é uma unidade incompleta que se encadeia com outro plano e assim em diante.

A montagem cinematográfica, como informa Dubois (2014), é o encadeamento dos planos para produzir a continuidade do filme. Para isso, foram instituídos princípios e regras, como movimentos, direções de olhar, entre outros, para gerar no espectador o imaginário de um corpo global unitário e articulado, uma vez que a boa montagem é “aquela que não se percebe, que se apaga como ligação, que institui o filme inteiro como um grande bloco homogêneo” (p. 76).

Mascelli (2010) argumenta que editar um filme pode se comparar a cortar, polir e lapidar um diamante, uma vez que

Um diamante em estado bruto é praticamente irreconhecível. Ele precisa ser cortado, polido e lapidado para que se possa apreciar sua beleza inerente. Da mesma forma, a história de um filme é uma confusão de planos incongruentes até que, assim como o diamante, é

cortada, polida e lapidada. Tanto o diamante quanto o filme são aprimorados por meio daquilo que é removido. O que permanece conta a história. As muitas facetas do diamante, ou do filme, não estão aparentes até o corte final (MASCELLI, 2010, p. 169).

A edição de vídeo consiste, portanto, em definir as tomadas, as imagens e os sons que serão sequenciados de acordo com a história do roteirista, ou exigida pelo diretor ou pela reportagem (FAXINA, 2018).

É na edição que se define a estrutura narrativa específica de cada produto audiovisual, por meio da montagem e do acabamento necessários para garantir um ritmo atraente, utilizando-se da inserção de eventuais efeitos de vídeo – créditos, artes e demais informações visuais – e de áudio – trilhas e demais efeitos sonoros (FAXINA, 2018, p. 7).

Para Napolitano (2015, p. 134), a edição é a “alma das narrativas por meio da imagem”, pois, segundo o autor, durante a edição é necessário selecionar as imagens visando a organização da narrativa, dando um sentido às sequências finais. É responsabilidade do editor “criar o melhor filme possível com base no material disponível” (MASCELLI, 2010, p. 169).

Em filmes de não-ficção, grande parte do trabalho do editor consiste em cobrir ou corrigir erros de filmagem, como “materiais desconstruídos, cenas faltando, cortes durante o movimento de câmera, a cobertura de cortes bruscos e outros problemas de filmagem” (MASCELLI, 2010, p. 171).

O produto final da edição é o resultado de diversos cortes entre as cenas. Na televisão, os cortes são mais curtos se comparados aos do cinema. Nos videoclipes, por exemplo, é possível termos, em poucos segundos, dezenas de cortes (NAPOLITANO, 2015).

O corte tem como função suprimir imagens que não são relevantes à narrativa, ou seja, que podem ser excluídas sem que o entendimento do vídeo seja prejudicado. Conforme Moletta (2009), a utilização do corte é “de extrema importância para acertar o ritmo mais adequado à história e ao personagem, uma vez que isso só é possível na edição – principalmente num vídeo de curta-metragem, em que o tempo tem maior valor para a história”.

Para Mascelli (2010, p. 171), existem dois tipos de corte: o de continuidade, necessário quando a narrativa “depende da associação de cenas consecutivas” e o

corte de compilação, “em que a narrativa depende da narração e as cenas simplesmente ilustram o que está sendo contado”.

Os cortes de compilação, por se assemelharem a fotos instantâneas, são geralmente utilizados em cinejornais, documentários de pesquisas, relatórios ou diários de viagem. As imagens, segundo Mascelli (2010, p. 175), “estão conectadas por narração contínua. A trilha sonora confere unidade à narrativa e impulsiona a cena, que pode fazer pouco sentido se mostrada sem explicação sonora”. Para o autor, são poucos os problemas que aparecem nos cortes de compilação, uma vez que os planos individuais apenas ilustram o que está sendo ouvido, não necessitando, portanto, de uma ligação visual um com o outro.

O corte de continuidade, como nos informa Mascelli (2010, p. 171), consiste em cortes contínuos, “em que a ação mostrada não é parte do plano anterior. Uma sequência contínua, ou uma série de cortes contínuos, pode consistir de vários tipos de planos filmados de ângulos diferentes”.

O fato representado, no entanto, deve aparecer como uma série contínua de imagens em movimento. Quando a ação prossegue, os movimentos, as posições e os olhares dos atores devem se encaixar entre os planos unidos. Um desencontro, causado por uma mudança na posição do corpo ou na direção do olhar, resultará num corte brusco. Isso ocorre porque o ator parecerá sacudir-se ou pular na junção entre os planos (MASCELLI, 2010, p. 171).

Os cortes bruscos citados por Mascelli (2010) são conhecidos como *jump cuts*, os quais explicamos a seguir.

2.1.2.3.1 *Jump cuts*

Para Gosciola (2003, p. 128), o *jump cut*, que em português significa corte brusco, é a inserção de uma tomada dentro da outra, mas com um “corte dissonante de uma cena para outra, que gera uma descontinuidade, muitas vezes proposital, para criar no espectador uma impressão de estranhamento e para gerar mais choque ou mais ação”. Segundo Edgar-Hunt *et al* (2013, p. 150), o termo *jump cut*, além de caracterizar cortes que interrompem um único plano, produzindo saltos, também se refere “ao plano que é arritmado ou disjuntivo e que produz um pulo perceptível entre

dois planos, seja porque a ação não é correspondida ou porque os planos quebram a regra dos 30°.

Como nos informa Edgar-Hunt *et al* (2013, p. 152), se os ângulos do plano, quando forem gravados juntos, apresentarem uma diferença menor que 30°, o corte irá produzir um pulo perceptível, uma vez que “os ângulos são semelhantes demais para serem gravados juntos”. Se estamos gravando uma entrevista, por exemplo, na qual a pessoa é filmada de frente, em enquadramento em plano médio, e, por algum motivo, interrompemos essa gravação, ocorrerá um salto da imagem se, quando voltarmos a gravar, não modificarmos o tipo de plano ou a posição da câmera para um ângulo igual ou superior a 30°.

Na produção de programas televisivos ou filmes para o cinema, o *jump cut* é um corte indesejável, pois é utilizado quando há, no vídeo, uma transição abrupta de um ângulo de câmera para um semelhante sem motivo aparente ou de uma cena para outra. Além disso, por muito tempo os *jump cuts* foram considerados erros amadores, pois, como nos informa Edgar-Hunt *et al* (2013), se o espectador percebe o corte, significa que o editor falhou.

Beaver (2006, p. 136) complementa essa afirmação citando que o *jump cut* resulta da falta de atenção aos detalhes de continuidade na filmagem ou na edição de sequências de tomadas, ocorrendo devido a um erro de edição não intencional, como durante a tentativa de combinar ação entre dois cortes sem continuidade exata. Para exemplificar a utilização do *jump cut*, o autor cita uma cena de ação contínua na qual um detalhe, como o comprimento de um cigarro ou o volume de vinho em um copo, varia erroneamente de um plano a outro.

Conforme Oliveira (2017), o *jump cut* pode ocorrer em diferentes situações: quando há um corte brusco entre dois planos, que, apesar de possuírem ângulos de câmera, distância ou composição semelhantes, variam a ação e o objeto, por exemplo. Ou quando há um corte brusco dentro de um mesmo plano, interrompendo uma fala ou um movimento. Assim, por “haver uma diferença de tempo entre planos semelhantes justapostos, a imagem aparece para nós como um pulo entre um plano” (OLIVEIRA, 2017, p. 63).

Contudo, o *jump cut* também pode ser inserido de forma intencional em um filme, e não somente quando há um erro de continuidade entre os planos. Em obras

cinematográficas, por exemplo, o *jump cut* é utilizado em situações nas quais o diretor deseja transmitir urgência ou criar a sensação de avanço no tempo.

Conforme Gosciola (2003), o *jump cut* também pode ser utilizado para retirar períodos inexpressivos, como o tempo em que um personagem leva para ir de um lugar a outro no ambiente, dando maior dinamismo à cena. Como exemplo, o autor cita o filme *Extase*, de Gustav Machatý, pioneiro no uso do recurso, que aplicou o *jump cut* a uma câmera subjetiva em uma câmera em movimento, o que fez acelerar o movimento e acentuar visualmente o descontrole passional da protagonista. Assim, conforme sintetiza Oliveira (2017), as principais finalidades do *jump cut*, quando utilizado de forma intencional, são: representar um imediatismo ou distensão do tempo, causar um senso de ritmo, indicar passagem de tempo, dentre outras (OLIVEIRA, 2017).

2.1.2.3.2 Transições

Quando não há continuidade lógica, temporal ou espacial entre as cenas, o cinema ou a televisão recorrem às transições, visuais ou sonoras, para constituir as articulações do enredo. Em uma obra cinematográfica, as transições são utilizadas para assegurar a fluidez da narrativa, evitando encadeamentos errôneos (MARTIN, 2013).

Martin (2013) cita diversos exemplos de procedimentos de transição, sendo eles: fusão, *fade-out*, mudança de plano por corte, chicote e janelas e a íris. A fusão, de acordo com o autor, é a “substituição de um plano por outro pela sobreposição momentânea de uma imagem que aparece sobre a precedente” (MARTIN, 2013, p. 98). Para Edgar-Hunt *et al* (2013), a fusão é uma transição suave de um plano a outro, utilizada, principalmente, para evitar saltos muito bruscos quando há vários planos de um mesmo assunto.

O *fade-out*, segundo Martin (2013), consiste em uma fusão, ou seja, na substituição de um plano por outro pela sobreposição de uma imagem, que vai escurecendo. Edgar-Hunt *et al* (2013, p. 157) exemplifica o *fade*, explicando sobre o *fade-in* e o *fade-out*. O *fade-out*, segundo o autor, é quando ocorre a transição de um plano para outro com o desaparecimento gradual de uma imagem para o preto ou outra cor. Já o *fade-in* consiste no aparecimento de uma imagem no segundo plano.

Para Mascelli (2010), o *fade-in*, também chamado por fusão de abertura, é quando a tela preta gradativamente revela uma imagem; e o *fade-out*, também chamado fusão de encerramento, é quando a imagem gradativamente escurece até que a tela fique preta. Também de acordo com Mascelli (2010), enquanto o *fade-in* é usado para iniciar uma história ou sequência, o *fade-out* é usado para encerrar uma história ou sequência. Os *fades*, segundo o autor, podem ter qualquer duração para se adequar ao tempo dramático da ação.

A mudança de plano por corte é a mais comum no cinema. Ela consiste na substituição brutal de uma imagem por outra. Já o chicote consiste em “passar de uma imagem à outra por meio de uma panorâmica muito rápida, efetuada sobre um fundo neutro” (MARTIN, 2013, p. 98).

A transição denominada janelas e a íris ocorre quando uma imagem é, aos poucos, “substituída por outra que desliza de algum modo sobre ela (seja lateralmente, ou à maneira de um leque) – ou então a substituição da imagem se faz sob a forma de uma abertura circular que aumenta ou diminui (íris)” (MARTIN, 2013, p. 98). Para Edgar-Hunt *et al* (2013, p. 157), esse tipo de transição denomina-se recorte ou máscara em círculo, que consiste em um “quadro circular de um plano em formato semelhante ao da íris dos olhos, que fecha em um plano e abre em outro, geralmente isolando um detalhe importante”.

Além do *fade-in* e do *fade-out*, Mascelli (2010) cita outros dois tipos de transições: dissolução e cortina. A transição dissolução é utilizada para suavizar uma mudança de cena, que, do contrário, seria abrupta ou discordante. As transições definidas como cortinas, também chamadas de *wipes*, “são efeitos óticos em movimento em que uma cena parece empurrar outra para fora da tela. O movimento das cortinas pode ser vertical, horizontal ou diagonal” (MASCCELLI, 2010, p. 158). Também existem cortinas com movimentos circulares, giratórios, assumindo formas de estrelas, chamadas, luzes, buracos de fechadura, naipes de baralho etc.

Ao contrário de cortes secos, a maioria das transições citadas são suaves e menos bruscas para o espectador.

2.1.2.3.3 Vinheta

Na linguagem audiovisual, a vinheta é entendida como uma criação sonora e visual, “de duração curta e caráter marcante, que serve, antes de tudo, para identificar uma emissora ou atração radiotelevisiva” (CONSANI, 2007, p. 101). A curta duração equivale, nesse caso, a poucos segundos, que variam de uma ou duas notas musicais até introduções de músicas conhecidas. No telejornalismo, a vinheta dura aproximadamente cinco segundos, sendo utilizada para anunciar patrocínios, abrir ou fechar programas, entre outras funções (HERNANDES, 2006).

O objetivo da vinheta é facilitar a memorização, por isso, utiliza-se do recurso de repetição e da economia de elementos. Podemos citar como exemplo o “plim plim” da emissora televisiva Rede Globo, com duração de cinco segundos, e o “tam tam tam”, que “prenunciava um certo ‘tema de vitória’, usado nas transmissões de Fórmula 1 para anunciar as vitórias de Ayrton Senna, ídolo do automobilismo” (CONSANI, 2007, p. 101).

De forma resumida, podemos dizer que a vinheta é utilizada pelas emissoras televisuais para apresentar a marca do programa, que é construída com base nos logotipos ou logomarcas de um determinado produto ou de uma empresa televisiva. As vinhetas, segundo Schiavoni (2008), são exibidas durante a programação da emissora, sendo inseridas conforme as definições a seguir.

Quadro 1 – Inserção de vinhetas nos programas televisivos

VINHETA DE ABERTURA	Videografismos que marcam o início dos programas, apresentando-os.
VINHETA DE PASSAGEM	Aparecem no início e/ou no fim de cada bloco e são, geralmente, um recorte (abreviação) das vinhetas de abertura e, por isso, mais curtas.
VINHETA DE ENCERRAMENTO	Marcam o término dos programas e podem apresentar os créditos finais. Mas é comum não utilizar a vinheta de encerramento e finalizar as atrações com as imagens do próprio programa.
VINHETAS INSTITUCIONAIS	Videografismos produzidos com base no logo da emissora ou afiliada.

Fonte: Schiavoni (2008, p. 21).

As vinhetas de abertura, de passagem, encerramento e institucionais, podem ser visuais, sonoras ou audiovisuais, e utilizadas a serviço da autorreferencialidade. As imagens – que geralmente são as logomarcas ou logotipos –, podem ser utilizadas como referência à emissora. Já as músicas e os efeitos sonoros, por exemplo, podem ser utilizados “como elementos de identidade e, por sua persistência no ar, serem apontados pelo telespectador como pertencentes a um canal específico” (SCHIAVONI, 2008).

Quanto às funções das vinhetas no meio televisivo, Schiavoni (2008) cita a função mercadológica e a organização do tempo e dos conteúdos. A função mercadológica refere-se à apresentação e o estabelecimento de marcas, ou seja, a identificação da emissora ou dos programas. Essa função, conforme expõe Schiavoni (2008, p. 25), já aparecia nas vinhetas de programas radiofônicos, mas na TV ela foi aprimorada, “a ponto de não apenas apresentar as marcas, mas desenvolver estratégias para o estabelecimento de contratos com o telespectador”.

Quanto à função da vinheta na organização do tempo e dos conteúdos, Schiavoni (2008, p. 25) comenta que se, por algum motivo, a vinheta não for exibida durante uma programação, “corremos o risco de não perceber onde terminou um assunto e começou outro, devido ao ritmo acelerado das informações”. Isso porque a vinheta é responsável por marcar o início e o fim de seções, blocos e programas.

2.1.2.3.4 Sonoplastia

O termo sonoplastia, originado da palavra grega *plausto*, significa organizar. Assim, sonoplastia é a organização do som, a união da música com o efeito sonoro. Na era do cinema mudo, conforme expõe Moletta (2009) e Martin (2013), já existia a sonoplastia. As músicas eram tocadas ao vivo – havia um pianista ou uma orquestra em cada sala, encarregados de acompanhar as imagens com uma partitura composta para essa finalidade. As músicas ajudavam os espectadores a compreenderem as situações e a identificar os personagens da trama, uma vez que elas sugeriam o ritmo emocional das cenas – enquanto as alegres eram usadas para cenas cômicas, as pesadas eram utilizadas para cenas dramáticas, por exemplo.

Conforme Martin (2013), o cinema se tornou sonoro e depois falado meramente em virtude de um acaso. Segundo o autor, em 1926, a produtora norte-americana

Warner encontrava-se à beira da falência e, para tentar solucionar o problema, passou a introduzir som em seus filmes. Até então, as outras empresas cinematográficas recuavam diante da inserção de som em suas obras por temerem fracasso comercial.

O público acolheu a novidade, mas personalidades do cinema, como Charles Chaplin, manifestaram ceticismo quanto à nova prática. Chaplin, como informa Benjamin (1986), resistiu ao máximo para que não houvessem falas em seus filmes, pois, para ele, a fala tornava a obra cinematográfica menos universal, uma vez que um filme falado em inglês deveria possuir legendas traduzidas na língua dos outros países onde fosse assistido.

Com o tempo, os fenômenos sonoros passaram a ser utilizados para desempenhar funções nas obras cinematográficas. Segundo Moletta (2009, p. 122), “enquanto a música, na trilha sonora, estabelece uma relação emocional com o espectador, o efeito sonoro proporciona a noção de realidade”. Para o autor, existem três elementos sonoros principais nas obras cinematográficas: a trilha sonora, o efeito sonoro e o som direto.

Conforme expõe Moletta (2009), a trilha sonora tem como objetivo conduzir emocionalmente uma história. Quando assistimos à uma cena de ação e ouvimos uma música com impacto sonoro e batidas fortes, somos tomados pela adrenalina, o que nos faz ter a sensação de estar participando da cena junto com o personagem. Da mesma forma, quando a cena está acompanhada de uma música instrumental melancólica, compartilhamos dessa tristeza com o personagem. Segundo Martin (2013, p. 137), a música é utilizada, nos filmes, para concentrar a “atenção do espectador-ouvinte na situação enquanto totalidade”.

Segundo Carvalho (2007), há três formas de se ouvir música: física, emocional e intelectual. Na forma física, a autora destaca as propriedades materiais básicas para a percepção do som, sendo elas: a altura (maior e menor número de vibrações por segundo), a duração (campo de prolongação de um som), o timbre (possibilidade de identificação de diferentes fontes sonoras) e a intensidade (grau de energia do som). Para o ouvinte, esse modo de percepção refere-se a ouvir com o corpo, constituindo uma experiência espaço-temporal amplificada. O espectador, ao ouvir a música, fica absorvido pela sensação de “quase não pensar”.

A segunda forma, emocional, constitui a atmosfera da ação. É quando a música está conectada a um acontecimento, a uma cena apresentada na imagem. Aqui,

predomina a melodia do som com caráter situacional, ou seja, a forma como é “geralmente trabalhada como fundo musical que contextualiza a diegese, ou a que dirige o estado psicológico do espectador para a situação dramática através da emoção” (CARVALHO, 2007, p. 6). Refere-se, portanto, ao modo de ouvir como adjetivo (alegre, triste, etc).

A sucessão particular de sons – sua tessitura, dinâmica, instrumentação – dá um certo caráter à melodia e, por sua vez, obtém uma certa resposta emocional dos “ouvintes”. Inserida nesta categoria, a música foge um pouco da capacidade de referenciar a sua materialidade, trazendo consigo a significação emocional de si própria e uma intencionalidade de interagir com a diegese (CARVALHO, 2007, p. 6).

Por fim, a terceira forma, que possui um caráter mais simbólico e intelectual, constitui-se pela construção de imagens sonoras com a narrativa. Resumindo, refere-se à repetição de um tema musical associada a uma situação, uma ideia, ou um personagem. Este princípio, segundo Carvalho (2007, p. 6), “exige uma participação intelectual, ou um interpretante mais rígido, pois nos remete a um significado mais específico servindo à unidade da narrativa, ou à estrutura dramática”.

Os efeitos sonoros, segundo Moletta (2009), são responsáveis por aproximar a obra audiovisual da realidade. Em um filme ou vídeo, quando vemos uma porta se fechando, mas não ouvimos o som dela se fechando, ficamos com a impressão de que ela está apenas encostada. Assim, o efeito sonoro nos dá a segurança de que ela realmente se fechou. Conforme o autor, os efeitos sonoros podem ser utilizados para “resolver problemas de produção, como cenas de colisão de veículos, explosões, tiroteios etc. O público acredita no que ouve, o que dá mais credibilidade à situação dramática sugerida” (MOLETTA, 2009, p. 124).

Carvalho (2007, p. 6) também classifica os efeitos sonoros em três níveis de variação. No primeiro nível, o efeito sonoro representa “o seu objeto apenas em parte, já que interessa mais a plasticidade da sua presença do que o próprio referente”. A autora exemplifica esse nível citando a obra cinematográfica *Os Pássaros* (1963), de Alfred Hitchcock, em que foram inseridos “sons de violinos para reproduzir o som emitido pelas aves, carregando consigo qualidades sonoras que sublimavam as cenas” (CARVALHO, 2007, p. 6). Ou seja, o efeito sonoro, neste nível, é um pretexto

para que seja desenvolvida a plasticidade da matéria, sem que se promova um ar de realidade ao som.

No segundo nível, o efeito sonoro é utilizado com a maior fidelidade possível ao som que o produz. Ou seja, neste nível, o efeito sonoro “afirma a imagem visual como verossímil e representa o seu objeto da maneira mais completa e realista” (CARVALHO, 2007, p. 7). São os sons do corpo, como os passos de personagens; os sons da natureza, como da água e dos animais; sons da sociedade, como de carros, ônibus, construções, etc. É o efeito sonoro mais utilizado, em virtude de sua capacidade de descrição do espaço da cena.

Por fim, no terceiro nível, o efeito sonoro é utilizado com um significado específico dentro da narrativa. Esse efeito é usado para identificar uma ação de um personagem, por exemplo, atualizando, na memória do espectador, uma ideia já apresentada durante o filme (CARVALHO, 2007).

O som direto, conforme expõe Moletta (2009), é o som captado pela câmera no momento da gravação da cena, ou seja, o som ambiente, os diálogos entre os personagens etc. Faz parte do som direto, portanto, as vozes dos personagens e dos apresentadores. Quanto à voz, Carvalho (2007) cita os aspectos que a caracterizam, sendo eles: o timbre, que permite a um indivíduo identificar a voz, a entonação, a tônica e o ritmo das frases.

A voz, segundo Ferraretto (2014), não se limita ao vocábulo, mas se ampara na forma como se dá a emissão. Ou seja, quando associada a outra manifestação, como o choro, o riso ou o grito, por exemplo, ela ganha um sentido diferente. Atributos como a altura (*grave*, geralmente associada à voz masculina e *aguda*, geralmente associada à voz feminina); intensidade, se forte ou fraca; timbre: se soa agradável, áspera, ou seja, algo subjetivo de se determinar, são qualidades que também modificam o significado que o ouvinte terá acerca da voz.

A voz também pode ser classificada em três níveis. O primeiro nível trata dos sons da voz que “a fala ou o sussurro carregam palavras que cantam, e a língua quase funciona como música. O som ganha vida e o sentido define, o ouvinte quase não compreende o seu significado” (CARVALHO, 2007, p. 7).

No segundo nível encontram-se os diálogos e os monólogos, que, através da entonação, sotaque ou modo de falar, contribuem para caracterizar um personagem. Os diálogos criam um figurino sonoro, uma vez que o modo de falar dos personagens,

por exemplo, estabelece regionalismos próprios da língua, determinando a localização geográfica da cena (CARVALHO, 2007).

No terceiro nível, encontra-se a voz em *off*, que se refere a qualquer situação em que a “fonte emissora da fala não é visível no momento em que a ouvimos” (CARVALHO, 2007, p. 9). Trata-se, portanto, de usar uma voz descorporizada, de um narrador que está presente em um tempo/espço que não é o da narrativa, mas não faz parte do campo de visão do espectador.

2.1.2.4 Programação

Segundo Jost (2007), uma das principais diferenças entre o cinema e a televisão é a relação que cada meio mantém com os tempos da audiência. O cinema, por exemplo, suspende o social, uma vez que, ao entrar em uma sessão, o espectador deixa de realizar outras atividades para ficar focado no filme. A televisão, por sua vez, estrutura a temporalidade. O telespectador adapta o seu dia para assistir a determinado programa, uma vez que o horário de cada programação da TV é imposto pela emissora.

A grade de programação, como expõe Napolitano (2008, p. 134), é “a organização dos programas transmitidos por uma emissora dentro de um horário diário ou semanal fixo”. As emissoras televisivas planejam sua programação considerando a estrutura de audiência e os programas transmitidos pelas emissoras concorrentes.

Montaño (2015, p. 64) argumenta que as audiovisualidades da televisão relacionam-se à uma imagem-duração, relativa com os tempos de TV, ou seja, com a “passagem incessante de fluxo de programação, organizado por uma grade que preenche 24 horas por dia e sete dias por semana, programação (re)montada pelo usuário de controle remoto no ato do zapping.

As estratégias de programação da TV são baseadas em um ritual de calendário e da repetição. Esse ritual, segundo Montaño (2015, p. 160), é responsável “pelo hábito de assistir à TV e por se criar uma certa relação afetiva entre a televisão e o público”. Dessa forma, fixar uma grade de programação, que permaneça estável ao longo dos anos, é importante para criar uma expectativa na audiência televisual. Isso porque, segundo Napolitano (2008, p. 134), “quando o espectador incorpora os horários da grade de programação, tende a criar a fidelidade maior aos programas de

sua preferência”. A grade de programação, ao manter o espectador fiel, oferece mais segurança de retorno aos patrocinadores.

Segundo Jost (2007, p. 88), se a grade de programação se torna rígida no decorrer das décadas, “é certo que a fidelização é fundamental para a emissora que promete um público determinado, em quantidade e qualidade, aos anunciantes”. Os programas respondem a essa necessidade econômica, propondo aos telespectadores a redescoberta de heróis televisuais, que hoje são definidos por uma situação familiar. A telerrealidade deu continuidade e amplitude a essa estratégia ao favorecer a “sensação de familiaridade com os desconhecidos observados em seu cotidiano” (JOST, 2007, p. 88), além de multiplicar os encontros com seus opostos próximos.

Nas emissoras, existe a figura do programador visual, responsável por “fixar encontros semanais mais ou menos modelados pela temporalidade social” (JOST, 2007, p. 83). Essa lógica semanal denomina-se programação vertical que propõe, em vez de oferecer cotidianamente o mesmo programa, uma emissão diferente em função do dia da semana.

Para montar a grade de programação da emissora, o programador televisual considera os gêneros mais apropriados ao público visado, o melhor horário para atingir esse público e a oferta de outros canais, uma vez que, dependendo do horário em que o programa é transmitido, ele pode não atingir o público pretendido ou atrair menos atenção do que a emissão proposta por uma emissora concorrente (JOST, 2007).

A programação horizontal tem como objetivo capturar a atenção do telespectador e mantê-lo o maior tempo possível na mesma emissora. Para isso, o programador televisual utiliza-se de várias técnicas, como o *stripping*, que “consiste em programar todos os dias, na mesma hora, a mesma emissão, de segunda a sexta-feira. Esse método é utilizado hoje por todas as grandes emissoras generalistas” (JOST, 2007, p. 84).

Portanto, conforme argumenta Jost (2007), antes de elaborar a grade de programação de uma emissora, é necessário descobrir o tom adequado do programa e, no decorrer de seus episódios, temporadas, edições, zelar por sua manutenção. A escolha do tom do produto televisual é uma estratégia da emissora, pois o tom se dirige, necessariamente, a um grupo de telespectadores específicos, dessa forma, se o tom não for reconhecido e apreciado pelo telespectador, a audiência e o programa ficarão comprometidos. Isso porque, conforme Faxina (2018), o papel da televisão é

oferecer comunidades de pertencimento. Os telespectadores que assistem a determinada novela, ao programa y, ao telejornal z, etc., fazem parte de grupos.

O tom de um produto televisual orienta-se por diversos fatores: o gênero/subgênero do programa, o público a que se destina e o tipo de interação que o programa pretende estabelecer com o telespectador, “interferindo do ponto de vista discursivo, da configuração dos atores, do tempo, do espaço, bem como da sua própria organização narrativa” (JOST, 2007, p. 17 e 18).

Até aqui, apresentamos características das linguagens radiofônica, cinematográfica e televisiva. A seguir, mostraremos aspectos da linguagem da Internet.

2.1.3 Linguagem da Internet

Como informa Martino (2015), a Internet foi originalmente desenvolvida para ser utilizada na rede de operações militares norte-americanas entre os anos 1950 e 1960, no período da chamada Guerra Fria. Contudo, segundo Parry (2012), computadores acadêmicos e militares usavam a nova rede para compartilhar informações, e não muito mais do que isso.

Até os anos 1990, computadores pessoais eram praticamente inacessíveis à grande parte da população. No Brasil, a rede começou a ganhar espaço no cotidiano por volta de 1994-1995, espalhando-se no uso de computadores, mas também, em um segundo momento, em celulares, *smartphones* e outros equipamentos (MARTINO, 2015).

Foi na década de 1990 que Tim Berners-Lee e seus colegas do Centro Europeu de Pesquisas Nucleares, desenvolveram a “*World Wide Web*”, “iniciando a criação das páginas e *sites* – até então, o compartilhamento de dados era feito primordialmente a partir de outras formas de comunicação em rede” (MARTINO, 2015, p. 12).

Segundo Parry (2012), a primeira versão da Internet foi chamada de Web 1.0. Esse período teve início com o *Netscape Navigator*, que compreendia coleções de páginas que poderiam ser acessadas por meio de um navegador. A existência da Web incentivou empresas e indivíduos a criarem seus próprios *sites*, que lhes serviam como folhetos informativos ou veículos de difusão.

No início dos anos 2000, começaram a surgir *softwares* que possibilitaram um maior grau de interação entre os *sites* e os usuários. As pessoas começaram a

escrever em *blogs*, que convidavam os leitores a deixarem comentários nas postagens. Conforme Parry (2012), essa era de interatividade foi denominada de Web 2.0, termo cunhado por Tim O'Reilly em 2005 para “definir o alto grau de interatividade, colaboração e produção/uso/consumo de conteúdos pelos próprios usuários” (MARTINO, 2015, p. 13).

Enquanto a Web 1.0 possuía um caráter fixo, operando com páginas e elementos relativamente estáveis, como *blogs*, navegadores, transposição de conteúdo *off-line* para o digital, a Web 2.0 se apresenta como “uma plataforma dinâmica, em constante transformação gerada pelas interações entre usuários. As redes sociais, o Google e as produções colaborativas seriam exemplos desse cenário” (MARTINO, 2015, p. 13).

2.1.3.1 Colaboração

Segundo Shirky (2011, p. 61), a mídia tradicional do século 20 tinha como enfoque o consumo, uma vez que “no mundo da mídia, éramos como crianças, sentadas quietas nas margens de um círculo e consumindo o que quer que os adultos, no centro do círculo, produzissem. Isso porque, segundo Orozco Gómez (2014), os meios de comunicação de massa tradicionais nos acostumaram a ser receptores, maleáveis segundo suas pretensões consumistas. Não tínhamos a possibilidade de réplica no sistema de meios de massa. Essa situação de partícipe passivo não mudou com o advento da TV a cabo, uma vez que continuamos como espectadores, apenas mais focados em certos tipos de produtos midiáticos.

Portanto, diferentemente de outros meios de comunicação, como rádio, cinema e TV, na Internet os usuários podem participar da criação de conteúdos, além de decidir onde e em que momento os consumir (MARTINO, 2015). Segundo Jenkins (2009, p. 24), essa mudança sinaliza um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto apenas como um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como “pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes”. A cultura participativa, segundo definição de Martino (2015, p. 11), é a potencialidade que qualquer indivíduo tem de se tornar produtor de cultura, “seja recriando conteúdos já existentes, seja produzindo conteúdos inéditos”.

Como informa Orozco Gómez (2014), ao observar a evolução das telas, desde a do cinema, da televisão, até às novas tecnologias, como a Internet, é possível perceber que o elemento responsável por separar velhas e novas tecnologias da informação foi a interatividade. Essa qualidade, segundo Orozco Gómez (2014, s.p.), possibilita situar o usuário como produtor, gerador de informação, como “fonte e ponto de partida de conhecimentos, como emissor e não apenas como receptor e consumidor da informação que se oferece nas diversas telas”.

2.1.3.2 Interatividade

Interações com as telas sempre existiram, mesmo com as telas clássicas, como a do cinema ou da televisão. No entanto, por não haver um espaço explícito de intercâmbio entre receptor e emissor, essas interações são pouco perceptíveis ou não totalmente conscientes. A interatividade, por sua vez,

acrescenta a possibilidade de desconstruir, entendido literalmente como: destruir e voltar a construir, ou seja, reconstruir sobre o referente mesmo, não apenas sobre a própria interpretação do referente, feita pelo usuário, neste caso, ou pelo membro da audiência em sua relação com as telas midiáticas. O referente informático é construído tanto pelo criador original quanto por cada um dos usuários posteriores (OROZCO GÓMEZ, 2014, s.p.).

Contudo, conforme expõe Orozco Gómez (2014), a cultura da participação emerge, principalmente, em países e setores mais conectados, onde há maior alcance à cultura digital global. Além disso, as novas interatividades manifestam-se ao lado das velhas interações, de espectadores e receptores passivos. Além disso, segundo Santaella (2007, p. 80), a interatividade ciberespacial não seria possível “sem a competência semiótica do usuário para lidar com as interfaces computacionais”.

Segundo Santaella (2007, p. 79), a interatividade permite: “acessar informações a distância em caminhos não lineares de hipertextos e ambientes hipermídia; realizar ações colaborativas na rede; pertencer a comunidades virtuais”, entre outros processos. Contudo, o indivíduo não se torna interativo da noite para o dia, uma vez que ele deverá transitar por um processo de tentativas e erros, desenvolvendo conhecimentos, o que implica tempo e estratégias. A experimentação permite, aos poucos, o conhecer, o produzir, e finalmente o aprender.

É importante observar, conforme expõe Orozco Gómez (2014), como os antigos meios de comunicação vão se adaptando a novas circunstâncias. As redes televisivas e as estações de rádio, por exemplo, abriram *sites* na Internet para acompanhar os comentários dos telespectadores e dos ouvintes, além de modificar seus gêneros programáticos e seus formatos para se aproximar das exigências das audiências. O ponto, tanto para as novas quanto para as antigas mídias, é que “todas vão se transformando com sua inclusão em um mundo multimidiatizado, em que as audiências se conectam em diferentes dimensões” (OROZCO GÓMEZ, 2014, s.p.).

Apesar de o termo ciberespaço ter surgido junto com a explosão da Internet, as duas palavras não são sinônimas. O termo Internet é utilizado de forma metafórica, “para se referir a todas as entidades que têm sua existência nas redes de telecomunicações mediadas por computador” (SANTAELLA, 2007, p. 179). Um texto que é postado na Internet, por exemplo, tem sua existência em um espaço virtual. Esse espaço de existência para entidades, virtual, é o que chamamos de ciberespaço.

Ciberespaço, segundo a definição de Martino (2015, p. 11), “é o espaço de interação criado no fluxo de dados digitais em redes de computadores; virtual por não ser localizável no espaço, mas real em suas ações e efeitos”. Para Santaella (2007, p. 178), o que caracteriza prioritariamente o ciberespaço, “é a habilidade para simular ambientes, dentro dos quais os humanos podem interagir, ambientes, aliás, que só funcionam como tal pelo agenciamento de visitantes”. O acesso ao ciberespaço, de acordo com Santaella (2007, p. 178), ocorre por meio de interfaces

que nos permitem penetrar nos seus interiores e navegar a bel-prazer pela informação – consubstanciada em linguagens hipermidiáticas, linguagens mistas, híbridas, escorregadias, feitas de misturas de textos, linhas, sinais, gráficos, tabelas, imagens, ruídos, sons, músicas e vídeos – que esses interiores disponibilizam em arquiteturas de conteúdo organizado.

Interfaces, segundo definição de Martino (2015, p. 226), são “os elementos de ligação entre as máquinas e os seres humanos que as operam”. Dessa forma, a utilidade básica de uma interface é a interação entre máquinas e humanos, permitindo, de forma metafórica, que eles se conversem. Assim, conforme o autor, quando uma pessoa interage com uma tela à procura de um número de telefone, por exemplo, os elementos da tela, como fotos, palavras, ícones, movem-se na velocidade do

movimento físico, e informações são procuradas e rapidamente encontradas. A facilidade dessa operação vale-se do trabalho da interface.

As telas digitais, segundo Martino (2015, p. 228 e 229), então entre as principais interfaces contemporâneas, e é, “na superfície das telas, que ocorrem as principais formas de interação – para a maior parte das pessoas, a presença no ciberespaço acontece a partir de uma tela digital a partir da qual se interage com outros indivíduos”.

Conforme Santaella (2007, p. 180), o ciberespaço, além de apresentar conteúdos para o usuário, abre oportunidades para se navegar por diferentes *sites*, o que implica “habilidades de decodificação das suas linguagens, linguagens estas que são aprendidas, sobretudo, por meio de visitas assíduas em que são praticadas operações mentais exploratórias ou de ensaio e erro”.

No ciberespaço, três aspectos se tornaram imprescindíveis: disponibilizar, sejam notícias, textos, poemas, vídeos; expor-se, seja em um *blog*, por exemplo; trocar e colaborar (SANTAELLA, 2007). A atividade de troca se intensificou a partir do compartilhamento conhecido como *peer to peer*, no qual os clientes fazem o *download/upload* de conteúdos, e os servidores reagem para satisfazer a requisição. A colaboração, por sua vez, cresce a cada dia, a partir de *sites* que se constroem por meio de autorias coletivas. Segundo Santaella (2007, p. 182), “pipocam nas redes muitas espécies de portais e *sites* em que autores anônimos inserem sua contribuição, indiferentes ao anonimato de sua ação”.

2.1.3.3 Hipertexto e hipermídia

Conforme Santaella (2007), desde a invenção da fotografia, no século XIX, o mundo passou a ser cada vez mais povoado por imagens. Contudo, no final do século XX, o processo de digitalização dos computadores provocou a migração do texto para as telas dos monitores. Ao ser absorvido por esse novo suporte, o texto sofreu diversas modificações, sendo agora chamado de hipertexto.

O hipertexto, termo cunhado por Ted Nelson na década de 1970, “descreve um sistema de escrita não sequencial, um texto que se desmembra em outros permitindo linhas de fuga ao leitor” (MONTAÑO, 2015, p. 75). Anos depois, Nelson expandiu o termo, criando a hipermídia, que para Santaella (2003, p. 93), é “uma nova forma de mídia que utiliza o poder do computador para arquivar, recuperar e distribuir

informação na forma de figuras gráficas, texto, animação, áudio, vídeos e mundos virtuais dinâmicos”.

De acordo com Leão (2005), o hipertexto é composto por blocos de informações e por *links*, ou seja, vínculos eletrônicos que ligam esses elementos. Esses blocos de informações são chamados de *lexias*. Segundo a autora, *lexia* é um termo empregado pelo autor Roland Barthes para designar blocos de textos significativos. Uma *lexia*, portanto, pode ser composta de diferentes elementos, como imagens, vídeos, ícones, botões, narrações, sons.

Segundo Santaella (2007, p. 306), dois aspectos do hipertexto se destacam, sendo elas: sua alinearidade e a interatividade que propicia. Em vez de um fluxo linear de texto, como em um livro impresso, por exemplo, o hipertexto “quebra a linearidade em unidades ou módulos de informação, constituindo em partes ou fragmentos de textos”. As principais características da não linearidade são: topologia, multilinearidade, reticularidade e manipulação, as quais explicamos a seguir.

Quadro 2 – Características do texto não linear

TOPOLOGIA	Não acessar um dos conteúdos, que significa ignorar a sua existência, não altera a compreensão do todo ao término da experiência. O hipertexto não necessita que a sequência entre os módulos seja fixa.
MULTILINEARIDADE	Seguir ou conectar apresentam-se como opções ao usuário. Continuar a leitura sem utilizar o <i>link</i> ou clicar e conectar-se à continuação daquela informação em outro contexto, ambos fazem sentido.
RETICULARIDADE	Refere-se à estrutura do hipertexto com o formato de uma rede. Numa tal estrutura, não existem início, meio e fim. A exploração das <i>lexias</i> deixa o usuário à vontade para explorar apenas um ou vários módulos de informação.
MANIPULAÇÃO	Só é possível acessar ou, ainda, só é possível inserir dados se o usuário puder de alguma forma manipular o suporte em que está sendo visualizado o hipertexto, pois conectar-se é ao mesmo tempo inserir, enviar um dado ao hipertexto de maneira que o <i>link</i> funciona como um elo de comunicação entre o usuário e o hipertexto.

Fonte: Adaptado de Santaella (2007, p. 307, 308 e 309).

Além da característica de não linearidade, o hipertexto é eminentemente interativo. Isso porque ele não pode ser utilizado, pelo leitor, de modo reativo ou passivo. De acordo com Santaella (2007, p. 310), “ao final de cada página ou tela, é preciso escolher para onde seguir. É o usuário que determina que informação deve ser vista, em que sequência, e por quanto tempo”. Dessa forma, quanto maior a interatividade, mais profunda será a experiência de imersão do leitor, ou seja, sua concentração, atenção e compreensão da informação.

O termo hipermídia, conforme Santaella (2007), é a combinação entre hipertexto com multimídias, multilinguagens. Ela é, portanto, uma extensão do hipertexto, uma vez que vai além da informação escrita, permitindo que sejam acrescentados, aos textos, os mais diversos grafismos, como símbolos matemáticos, diagramas, figuras, como também todas as espécies de elementos audiovisuais, como imagens fixas e animadas, sons, vozes, músicas.

Para Santaella (2007), portanto, a hipermídia pode ser definida como

um sistema alinear, reticular de conexões (*links*) entre unidades de informação (nós). As conexões não são fixas, mas abertas às marcas pessoais do estilo de interação que o navegador impõe a elas. As unidades de informação podem aparecer sob a forma de textos, de imagens de quaisquer espécies, fotos, desenhos, gráficos, vídeos e sons (SANTAELLA, 2007, p. 294).

A linguagem da Internet, descrita por Santaella (2007) como linguagem digital, transcodifica códigos, linguagens e sinais, sejam eles em texto, imagens, gráficos, sons, os processa computacionalmente, e então os devolve em sua forma original, o som como som, a escrita como escrita, a imagem como imagem. No entanto, por ter a capacidade de reunir todas as linguagens em uma raiz comum, a linguagem digital permite que elas se misturem, criando, assim, sintaxes híbridas, miscigenadas. Sons, palavras e imagens, que antes concorriam, passam a se “coengendrar em estruturas fluidas, cartografias líquidas para a navegação com as quais os usuários aprendem a interagir, por meio de ações participativas. Esse é o princípio da hipermídia, um princípio que se instala no âmago da linguagem” (SANTAELLA, 2007, p. 293).

2.2 RÁDIO, CINEMA, TV E YOUTUBE: ASPECTOS EM COMUM

Como vimos no decorrer desta dissertação, o YouTube, como todo meio de comunicação, absorveu aspectos de mídias anteriores para criar sua própria forma de representação e comunicação. A seguir, apresentamos os aspectos absorvidos de cada um dos meios de comunicação contemplados até aqui: rádio, cinema e TV e Internet.

2.2.1 Rádio e YouTube

Do rádio, os principais aspectos absorvidos foram: a comunicação afetiva para reduzir a descentração do espectador, a empatia por meio da linguagem popular e direta, a abordagem dialogada para manter a relação interpessoal com o espectador. A seguir explicamos melhor cada um desses aspectos.

A transmissão radiofônica, ao centrar somente na audição e carecer de elementos visuais, pode provocar descentração no ouvinte. Contudo, para evitar essa distração, o locutor utiliza uma comunicação afetiva, inserindo imagens auditivas por meio de ruídos, efeitos sonoros e música, que contribuem para despertar a imaginação do ouvinte (LITTO; FORMIGA, 2009). Os vídeos do YouTube, apesar de contarem com elementos visuais que contribuem para chamar a atenção para seu conteúdo, dividem a atenção do espectador com acontecimentos domésticos. Em casa, o espectador tem livre movimentação, do que decorre uma menor concentração. Além disso, os *hiperlinks*, provenientes da linguagem da Internet, incentivam o internauta a “pular” de um conteúdo a outro, o que facilita a dispersão (JENKINS, 2009).

O rádio estabelece empatia com o público utilizando linguagem popular, direta e simples (LITTO; FORMIGA, 2009). Isso também ocorre com os *youtubers*, que utilizam linguagem direta, além de termos específicos da comunidade expectante para criar empatia com o público. Tanto no rádio quanto no YouTube, a linguagem a ser utilizada leva em consideração fatores que condicionam a variação da língua, como origem geográfica, classe social, nível de escolaridade, gênero e rede social do indivíduo.

Durante a transmissão radiofônica, o ouvinte não vê e não conhece o interlocutor, o que dificulta uma relação interpessoal entre ouvinte e interlocutor. Para superar, pelo menos em partes essa limitação, o interlocutor utiliza uma abordagem dialogada do conteúdo, por meio de uma comunicação afetiva e emocional, estabelecendo uma conexão de intimidade com o ouvinte. A participação no rádio ocorre por meio de mensagens de texto, ligações telefônicas, que objetivam uma relação mais próxima do ouvinte.

O YouTube, diferentemente da mídia tradicional, como a televisão e o cinema, convida à crítica, ao diálogo, ao debate e à discussão. A resposta direta, por meio de comentários nos vídeos, é ponto central desse modo de envolvimento. A empatia no rádio também é construída a partir da inserção de recursos como dramatizações, relatos de experiências, comparações com a vivência e do cotidiano do público. Estratégias também utilizadas por *youtubers*.

Durante a emissão radiofônica, o ouvinte não pode manter uma relação interpessoal com o apresentador. Por isso, o rádio utiliza uma abordagem dialogada, por meio de comunicação afetiva e emocional, para criar conexão de intimidade com o ouvinte. Os *youtubers* utilizam fala direta com o público, em primeira pessoa, além de utilizarem de suas experiências pessoais para criar essa conexão.

2.2.2 Cinema, Televisão e YouTube

Para Jost (2007), considerando sob o ângulo da linguagem, cinema e televisão são próximos, uma vez que mobilizam os mesmos códigos. De forma sintetizada, as duas linguagens são obtidas mecanicamente, combinadas com elementos sonoros, como músicas, palavras e ruídos, e com as menções escritas.

Contudo, além das dimensões da tela, diversos aspectos diferenciam as duas linguagens. Enquanto o cinema volta-se prioritariamente à ficção, a TV difunde gêneros que não têm nenhum equivalente no cinema, como o telejornal, debates, esportes, *reality shows*, dentre outros. Além disso, enquanto o espectador de cinema escolhe o melhor dia e horário para assistir ao filme que deseja, o telespectador tem na TV um companheiro, que o acompanha durante o dia todo, em uma programação 24 horas (JOST, 2007).

A televisão, portanto, absorveu os aspectos técnicos do cinema, como os enquadramentos, os planos e os recursos de edição, para criar sua própria linguagem.

Da mesma forma, os *youtubers* também se utilizaram desses códigos para produzir seus vídeos para a plataforma YouTube.

Os enquadramentos predominantes nos vídeos produzidos por *youtubers* são o primeiro plano e o plano médio. O enquadramento em primeiro plano, como informam Burgess e Green (2009, p. 78), tem seus antecedentes na cultura da *webcam*, dos *blogs* pessoais, na chamada cultura confessional, “que caracteriza programas de entrevistas na TV e *reality shows* que se concentram na observação da vida cotidiana”.

Na TV, em virtude da tela com dimensões menores se comparada à do cinema, o recorte mais adequado é o primeiro plano. Além da tela com dimensões menores, no YouTube também é comum a publicação de vídeos produzidos com equipamentos amadores, como *smartphones*, que filmam em menor resolução se comparado às gravações profissionais das emissoras televisivas. Dessa forma, o primeiro plano se torna o mais usual no YouTube.

A câmera subjetiva, empregada em programas televisivos, como telejornais, também é utilizada pelos *youtubers*. Segundo Burgess e Green (2009, p. 79), os vídeos produzidos por *youtubers* nos faz lembrar da “característica residual da comunicação cara a cara”, uma vez que eles falam olhando diretamente para a câmera, como se conversassem com o espectador. De acordo com Mascelli (2010), na televisão, o apresentador de telejornal, por exemplo, cria esse contato visual para desenvolver uma relação mais próxima com o telespectador.

Em comum com a TV, também podemos citar que os canais de *youtubers* planejam o compartilhamento de seus conteúdos na plataforma YouTube de acordo com uma programação preestabelecida. A televisão, ao definir os programas e os horários que cada um deles serão exibidos na emissora televisiva, cria um hábito no telespectador, o que contribui para manter uma relação afetiva e intimista com o público (JOST, 2007).

A palavra YouTube vem da junção de duas palavras em inglês: “you”, que significa “você” e “tube”, que significa “tubo” ou “canal” (mas que também se refere à televisão). O termo YouTube, portanto, pode significar “você transmite” ou “seu canal”. Segundo Burgess e Green (2009), a definição “canal” é utilizada pelo YouTube para definir as páginas de perfil de determinados usuários da plataforma, sendo uma referência metafórica aos conhecidos canais de TV.

A diferença entre os canais do YouTube e os televisivos, como nos informa Montaña (2015), está na relação que cada mídia mantém com o espectador. Na *web*, o usuário possui seu próprio canal, no qual pode compartilhar seus conteúdos, um território que pertence ao usuário, apenas pelo fato de ter se cadastrado gratuitamente na plataforma. Já na TV, o “canal” é de propriedade da empresa televisiva, e o telespectador não contribui, de forma direta, com as emissões.

Outro aspecto em comum entre a TV e o YouTube refere-se à distração que ambas mídias provocam no receptor. Diferentemente do espectador do cinema, que assiste ao filme de sua poltrona, e que, por isso, está em uma situação considerada de completo isolamento do mundo exterior e de fontes de perturbação visual e auditiva, a audiência televisiva sofre mais influência do ambiente, em geral do interior da própria casa, o que lhe causa uma certa distração (MACHADO, 2009). Assistir a um vídeo no YouTube também ocorre em meio às distrações do ambiente. Portanto, ao exigir mais atenção que o rádio, a televisão, e também o YouTube, devem “privilegiar a brevidade e adaptar suas emissões ao ritmo de vida dos telespectadores” (JOST, 2007, p. 49).

Ademais, o espectador de cinema, ao comprar o ingresso, dirige-se à sala escura com a finalidade, na maioria das vezes única, de assistir a um filme, ao passo que o espectador da imagem eletrônica, é, muitas vezes, um espectador involuntário, “que chega depois que o espetáculo já começou e que provavelmente já terá se retirado antes que ele acabe, conforme o modelo do telespectador ‘passeando’ pelos canais televisuais com seu controle remoto” (MACHADO, 2014, p. 181).

Além de enquadramentos e planos, utilizados para a gravação dos vídeos, os *youtubers* também se utilizam de recursos, como vinhetas, efeitos sonoros, *letterings*, que são as palavras inseridas na tela e *jump cuts*, ou seja, cortes bruscos, absorvidos da linguagem cinematográfica e televisiva.

2.2.3 Internet e YouTube

Segundo Parry (2012), as principais características da Internet são: multiformato, armazenamento, capacidade de busca e colaboração. O multiformato refere-se aos conteúdos em áudio, vídeo e texto, que podem ser transmitidos simultaneamente. O armazenamento refere-se à possibilidade da Internet em armazenar conteúdos indefinidamente. A capacidade de busca relaciona-se à

facilidade em localizar texto, imagens, vídeos na *web*. A colaboração refere-se à participação dos usuários em consumir, compartilhar e também produzir conteúdos para a rede.

Os vídeos compartilhados pelos usuários do YouTube deixam explícito o aspecto de multiformato da plataforma. O vídeo é um sistema híbrido, que opera com distintos códigos significantes, importados do cinema, do teatro, da literatura, do rádio e da computação gráfica. No vídeo, segundo Moran (2015, p. 55), as linguagens visuais, falada, musical e escrita, interagem superpostas, interligadas, somadas, não separadas. Por isso, nos atingem “por todos os sentidos e de todas as maneiras”.

A característica de armazenamento também está explícita no YouTube. Segundo Burgess e Green (2009) e Jenkins (2009), o YouTube também funciona como um arquivo de mídia. Burgess e Green (2009), ao questionarem algumas pessoas sobre o que elas gostavam de assistir no YouTube, receberam respostas, por exemplo, que elas passavam horas assistindo a vídeos antigos de música, comerciais de TV quase esquecidos, cenas que as faziam reviver situações da infância ou da adolescência. Para Jenkins (2009), é visível a utilização do YouTube como arquivo, e cita como exemplo colecionadores que compartilham materiais antigos e fãs que realizam remixagem de conteúdos.

Dessa forma, os interesses de milhares de usuários resultam em um arquivo da cultura contemporânea, formado a partir de uma gama de fontes. Portanto, se o YouTube persistir tempo suficiente, não se tornará apenas um repositório de vídeos antigos, mas o registro da cultura popular contemporânea global, “produzida e avaliada de acordo com a lógica do valor cultural que emerge das escolhas coletivas da compartimentada comunidade de usuários” (BURGESS; GREEN, 2009, p. 120).

Apesar de autores como Jenkins (2009) e Burgess e Green (2009) argumentarem que a plataforma YouTube não foi projetada, em primeira instância, para incentivar a participação colaborativa ou coletiva – uma vez que o *design* do *site* é dominado por miniaturas de vídeos, e não por perfis de usuários, grupos ou trocas de mensagens –, o YouTube, como vimos durante esta dissertação, incentiva a participação dos usuários na produção e compartilhamento de conteúdo.

Além disso, de acordo com Montaño (2015, p. 62), efetuar um *login* no YouTube significa “iniciar coleções de vídeos, ou de comentários, processos todos mediados por vídeo. Significa também acionar uma geração espontânea de séries de vídeos

como respostas a uma determinada busca”. Os vídeos publicados na *web* fazem parte de uma rede, junto a outros vídeos, comentários, *links* dentro e fora deles que remetem a outros vídeos.

Por fim, a capacidade de busca refere-se à facilidade em localizar vídeos publicados por usuários da plataforma. Isso porque, na página inicial do YouTube, há um campo de busca, que facilita a pesquisa por vídeos publicados na plataforma.

Além das características citadas até aqui, no YouTube, os usuários navegam por meio de hipertextos, que levam os usuários por unidades ou módulos de informação. A navegação na plataforma segue um fluxo não linear, uma vez que a sequência dos conteúdos é decidida pelo próprio usuário, e não pela arbitrariedade de um autor de livro impresso, por exemplo, que obrigatoriamente exige uma leitura linear.

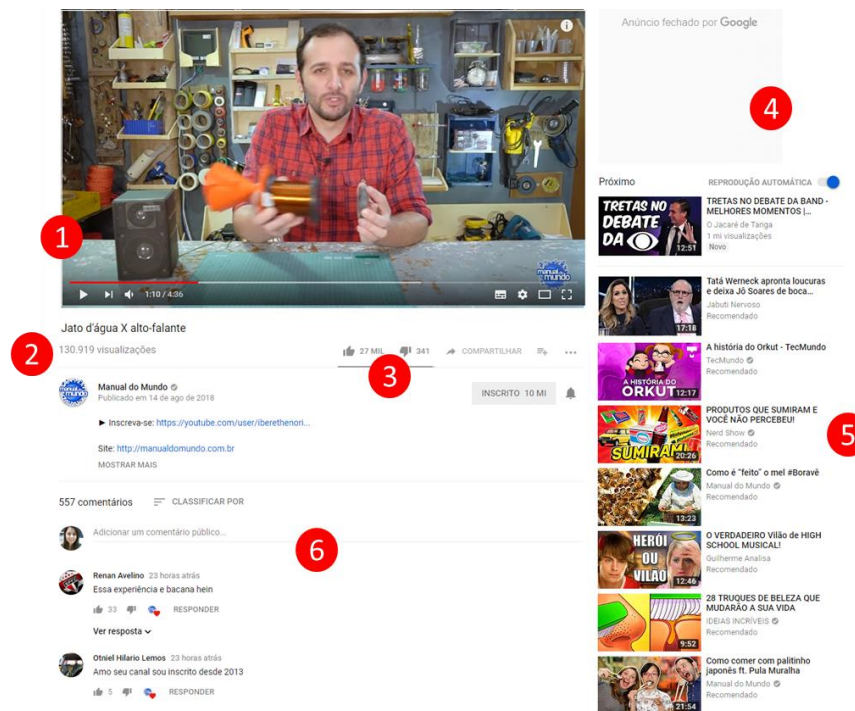
Para navegar pelo YouTube, o usuário precisa, obrigatoriamente, interagir com a interface da plataforma. Isso porque é o usuário que determina, após cada página ou tela, para onde deseja ir, ou seja, qual informação deseja acessar (SANTAELLA, 2007). Além disso, ao proporcionar um espaço para que os usuários também sejam produtores de conteúdos, o “*site* incentiva os usuários a pensar em si mesmos como uma espécie de moeda de troca, com os participantes ganhando prestígio social através do número de visitas que atraem” (JENKINS, 2009, p. 127).

Ao final de cada vídeo ou uma série de vídeos, o usuário interage com a plataforma, ou selecionando outro vídeo para assistir, ou comentando nos vídeos assistidos, ou clicando no botão do perfil do usuário, que direciona o indivíduo ao centro de controle de seu canal, dentre outras ações. O usuário, portanto, escolhe para onde seguir, qual informação acessar, por quanto tempo permanecer no mesmo conteúdo, além de interagir com as ferramentas disponíveis no *player* de vídeos.

Na página de exibição de vídeo, por exemplo, é possível deixar comentários ou realizar a leitura dos comentários enviados por outros usuários; avaliar o conteúdo como “gostei” e “não gostei”; inserir legenda no vídeo, compartilhar o vídeo nas redes sociais (Facebook, Twitter, Google+, Blogger, LinkedIn, Pinterest, Reddit, dentre outros) e inscrever-se no canal.

Na figura a seguir, apresentamos como o vídeo é exibido no YouTube e quais as ferramentas disponíveis nessa página.

Figura 5 – Exibição do vídeo no YouTube



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

O número 1 na imagem destaca o espaço onde ocorre a reprodução do vídeo. Por ela, podemos navegar pelo vídeo utilizando os controles padrão (da direita para a esquerda): *play* (reproduzir), que ao ser clicado oferece também a opção de *pause* (pausar); avançar (pular para o próximo vídeo sugerido), volume de áudio; linha do tempo, legenda, detalhes, modo teatro e tela inteira.

O destaque com número 2 apresenta, além do título do vídeo, o número de vezes que o vídeo foi visualizado. E o número 3 mostra a quantidade de “gostei” e “não gostei”, uma forma de avaliação do usuário em relação ao vídeo assistido.

O número 4 na imagem destaca um anúncio, veiculado em um espaço comprado para a divulgação de uma marca. O destaque com número 5 apresenta os vídeos sugeridos com base no conteúdo do vídeo que está sendo assistido. O YouTube utiliza um algoritmo que interpreta o título e a descrição do vídeo, além dos hábitos de navegação do espectador para sugerir outros títulos ao usuário.

No destaque de número 6 podemos visualizar os comentários dos usuários do YouTube. O administrador do canal pode excluir comentários individuais ou bloquear usuários diretamente dessa seção.

Além dos hipertextos citados, os aplicativos hipermidiáticos, em geral, também oferecem ferramentas de navegação básicas, como os movimentos de sair do sistema, retornar à página visitada anteriormente ou avançar após uma ação de retorno, ou seja, para um ponto determinado no momento da navegação pelo usuário. Mesmo quando esses comandos não estão visíveis, esses são procedimentos mínimos utilizados para navegar em um sistema (LEÃO, 2005).

3 LINGUAGEM DE YOUTUBERS

O objetivo geral desta dissertação é apresentar boas práticas para a produção e compartilhamento de vídeos educativos na linguagem de *youtubers*. Assim, definimos como método de pesquisa a abordagem qualitativa, uma vez que não se trata de um estudo de quantidade, pois serão adotados critérios de seleção e análise dos vídeos mais representativos dentre tantos outros veiculados na plataforma YouTube.

Para realizarmos a análise dos vídeos selecionados para estudo nesta dissertação, optamos por uma metodologia de análise de dados qualitativos, a análise de conteúdo. Conforme Moraes (1999, s.p.), a análise de conteúdo constitui uma “metodologia de pesquisa usada para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos”. Essa análise contribui na interpretação de mensagens, com o objetivo de atingir a compreensão de seus significados, em um nível que supera a leitura comum.

A seguir, apresentamos conceitos acerca da análise qualitativa e as etapas que realizamos para a efetivação da análise de conteúdo.

3.1 ANÁLISE QUALITATIVA

Como nos informa Fragoso (2016), o objetivo da pesquisa qualitativa é compreender, de forma aprofundada, os fenômenos selecionados para estudo. Dessa forma, o número de componentes da amostra é menos importante que sua relevância para a pesquisa. Os elementos da amostra, portanto, são selecionados intencionalmente, conforme apresentem os aspectos necessários para observação, percepção e análise das motivações centrais da pesquisa.

Enquanto a pesquisa quantitativa “se propõe a utilizar critérios probabilísticos para chegar a um modelo do universo em escala reduzida, as amostragens qualitativas buscam selecionar os elementos mais significativos para o problema de pesquisa” (FRAGOSO, 2016, p. 68). Portanto, enquanto as amostras quantitativas são tipicamente probabilísticas, as amostras qualitativas são tipicamente intencionais.

Para Patton (2002, p. 230), o poder da amostragem intencional reside na “seleção de casos informacionalmente ricos para estudos em profundidade. Casos informacionalmente ricos são aqueles que permitem aprender muito sobre as questões centrais que a pesquisa tem a intenção de endereçar”. Ou, conforme expõe Yin (2016), a seleção de unidades de estudos específicas tem como objetivo dispor daquelas que gerem os dados mais relevantes, considerando o tema de estudo.

Para Fragoso (2016), a amostra intencional é subdividida em: casos extremos, por intensidade, máxima heterogeneidade, casos típicos, em bola de neve, por critério, teórico ou conceitual, comprobatória, contraditória, emergente e por conveniência. Nesta dissertação, utilizamos a amostra intencional por critério, na qual “são selecionados os elementos que apresentam uma determinada característica ou critério pré-definido” (FRAGOSO, 2016, p. 80).

Neste estudo, a amostra é intencional, uma vez que, antes de iniciarmos a pesquisa, tínhamos contato com a produção de vídeos para Internet e, portanto, conhecíamos previamente alguns dos recursos utilizados por *youtubers* educacionais na produção e compartilhamento de vídeos na plataforma YouTube. Dessa forma, primeiramente selecionamos, com base nas estatísticas divulgadas pelo *site Social Blade*, os canais do YouTube, com foco educacional, brasileiros e com o maior número de assinantes. Os canais Manual do Mundo, Nostalgia e Biologia Total foram selecionados, uma vez que constavam, em outubro de 2018, na lista dos 250 *youtubers* com mais inscritos no Brasil. Os demais *youtubers* do ranking produziam conteúdos relacionados à outras temáticas, como humor, sem foco em educação, por isso foram desconsiderados para esta pesquisa.

O *site Social Blade* foi escolhido para nos ajudar na seleção dos canais do YouTube, uma vez que o que o *site* compila dados do YouTube e os utiliza como base para criar gráficos estatísticos que acompanham o progresso e o crescimento dos canais da plataforma. Dessa forma, o *Social Blade* explicita a influência do canal, uma vez que apresenta, em formato de ranking, o número de inscritos nos canais disponíveis na plataforma YouTube. Além disso, as estatísticas estão disponíveis gratuitamente para qualquer pessoa que acesse o *site*.

3.2 PROCEDIMENTO DE SELEÇÃO DOS VÍDEOS

Após selecionarmos os canais considerando o ranking disponível no *site* Social Blade, iniciamos um estudo sobre cada canal selecionando, analisando os primeiros vídeos publicados; o crescimento do número de inscritos de cada canal e a formação acadêmica e experiência profissional dos *youtubers* responsáveis pelos canais.

Em seguida, definimos pré-critérios para a seleção dos vídeos. Como citamos anteriormente, os pré-critérios foram estabelecidos com base em nosso conhecimento prévio sobre as características da linguagem dos *youtubers* educacionais. Os pré-critérios estão disponíveis a seguir.

Quadro 3 – Critérios pré-definidos para seleção de vídeos para estudo

Critério	Descrição
ENQUADRAMENTO EM PRIMEIRO PLANO E PLANO MÉDIO	O primeiro plano, conforme Napolitano (2015), Mascelli (2010), Hernandez (2006) e Martin (2013), é quando o rosto do ator/apresentador é enfatizado, sendo filmado dos ombros para cima. O plano médio, segundo Hernandez (2006), é quando o ator ou objeto é filmado da cintura para cima.
CÂMERA SUBJETIVA	A câmera subjetiva, segundo Mascelli (2010), é quando a câmera age como se fosse o olho de um observador oculto. Um exemplo de câmera subjetiva é o apresentador de televisão, que fala olhando diretamente para a câmera, e em comerciais de TV, quando o garoto-propaganda fala para a câmera a fim de chamar a atenção e atrair o espectador pessoalmente.
JUMP CUTS	Os <i>jump cuts</i> , segundo definição de Gosciola (2003) e Edgar-Hunt <i>et al</i> (2013), designa um corte brusco, que interrompe um único plano, produzindo um salto entre dois planos.
VINHETA	A vinheta, na linguagem audiovisual, define-se como uma criação sonora e visual, de curta duração, que tem como função identificar uma emissora televisiva ou radiofônica (CONSANI, 2007).
LETTERING	Em nossa busca inicial por vídeos, encontramos <i>youtubers</i> educacionais que não utilizam os recursos da linguagem audiovisual. São indivíduos que, em frente à uma quadro-negro, ensinam como se estivessem em uma sala de aula presencial. Dessa forma, optamos por selecionar apenas os vídeos que

	possuísem <i>lettering</i> , ou seja, textos inseridos na tela durante a edição do vídeo.
LINGUAGEM POPULAR E DIRETA	A linguagem popular e direta, conforme Litto e Formiga (2009), destaca o falar local e o modo de vida da população. Ou seja, foram descartados vídeos que utilizavam linguagem formal.
QUANTIDADE DE ACESSOS	Na página inicial dos canais na plataforma YouTube, é possível visualizar, em miniatura, todos os vídeos compartilhados pelo canal. Para selecionarmos os vídeos que seriam analisados de cada canal, clicamos no botão Vídeos e, em seguida, classificamos os vídeos pela categoria “mais populares”. Os vídeos são assim classificados de acordo com a quantidade de visualizações que cada um deles obteve durante todos os anos em que esteve disponível à audiência na plataforma YouTube.
DATA DE PUBLICAÇÃO	Após realizarmos a busca pelos vídeos mais populares do canal, manualmente selecionamos os vídeos que foram publicados após o mês de agosto de 2017 e até o mês de outubro de 2018 (considerando a data limite para o início da pesquisa).

Fonte: a autora.

A partir dos pré-critérios, selecionamos quatro vídeos de cada um dos canais, os quais apresentamos a seguir.

Quadro 4 – Vídeos selecionados para análise

CANAL	VÍDEO
Biologia Total	Sistema Circulatório
Biologia Total	Atualidades na Biologia 2017 ENEM
Biologia Total	Sistema Excretor
Biologia Total	Núcleo Celular
Manual do Mundo	Como transformar papel alumínio em uma bola de metal
Manual do Mundo	Como é feita a goma de mascar
Manual do Mundo	Como é fabricado o gelo seco?
Manual do Mundo	Líquido piranha: ataca tudo o que vê pela frente!
Nostalgia	A Terra é plana? Com Leon e Nilce

Nostalgia	500 Anos em 1 Hora / História do Brasil
Nostalgia	Buracos negros, como eles surgem?
Nostalgia	O que matou os dinossauros?

Fonte: a autora.

Após selecionarmos os vídeos que seriam analisados nesta dissertação, iniciamos as fases da análise de conteúdo, conforme apresentamos a seguir.

3.2.1 Análise de conteúdo

A análise de conteúdo, conforme Bardin (2016, p. 37), “é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. Ou seja, a análise de conteúdo se presta a analisar diferentes fontes de conteúdos, sejam eles verbais ou não verbais. Para a autora, qualquer comunicação, ou seja, qualquer veículo de significados de um emissor para um receptor, pode ser decifrado e analisado pelas técnicas de análise de conteúdo.

A análise de conteúdo, segundo Bardin (2016), ocorre em três fases: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Na primeira fase, ou seja, na pré-análise, o material selecionado para estudo deve ser organizado, para que o pesquisador possa conduzir as operações secessivas de análise.

Realizamos a fase de pré-análise organizando os vídeos em uma planilha, na qual havia seis colunas: 1) canal (para inserção do nome do canal: se Manual do Mundo, Nostalgia ou Biologia Total); 2) vídeo (para inserção do título do vídeo); 3) tempo (para detalhamento da minutagem em que foi exibido cada recurso utilizado pelo *youtuber*); 4) recurso 1 (para inserção do tipo de recurso utilizado pelo *youtuber* durante o período de tempo inserido na coluna tempo), 5) recurso 2 (para os casos em que, durante o mesmo período, são utilizados dois recursos ao mesmo tempo) e 6) utilização (para descrição de como cada recurso foi utilizado).

Conforme Bardin (2016), concluída a primeira fase, inicia-se a exploração do material. Nessa etapa, o material é recortado em unidades de registros, e as informações são categorizadas. Para realizarmos essa etapa, assistimos aos doze vídeos selecionados para estudo nesta dissertação e indicamos, na planilha, cada recurso inserido no decorrer do vídeo e o objetivo da utilização. Por exemplo, no vídeo

Buracos Negros, como eles surgem?, do canal Nostalgia, de 0 a 25 segundos é exibida uma vinheta, inserida com o objetivo de iniciar o vídeo. Realizamos esse procedimento com todos os vídeos selecionados para análise nesta dissertação. A exploração do material completa pode ser visualizada no anexo A.

Quadro 5 – Exploração do material: exemplo

CANAL	VÍDEO	TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
Nostalgia	Buracos Negros, como eles surgem?	0" a 0'25"	Vinheta		Iniciar o vídeo.

Fonte: a autora.

Posteriormente, reunimos todos os recursos identificados na planilha, sendo eles: informalidade; humor; *lettering*; transição; voz em *off*; vinheta; cartão; efeito sonoro, trilha sonora. Em seguida, agrupamos os recursos em quatro categorias: produção, gravação, edição e compartilhamento, definidas por Berzosa (2017) como necessárias para que o vídeo produzido pelo *youtuber* chegue à audiência.

A produção é a fase que antecede a gravação do vídeo, composta de montagem de cenário e roteirização. Durante a roteirização, o *youtuber* planeja e estrutura o conteúdo que será apresentado no vídeo, utilizando linguagem informal e inserindo elementos de humor. Na fase de gravação, inserimos os recursos utilizados para a captação das imagens do vídeo, o que envolve a escolha do enquadramento e do ângulo da câmera. Na fase de edição, reunimos os recursos inseridos pelo *youtuber* durante a montagem do vídeo, sendo eles: *lettering*, transição, *jump cuts*, vinheta, cartões e fenômenos sonoros. Na fase de compartilhamento, inserimos as estratégias de programação. Os recursos, portanto, foram agrupados conforme apresentamos no quadro a seguir.

Quadro 6 – Agrupamento dos recursos em categorias

PRODUÇÃO	Cenário Roteirização <ul style="list-style-type: none"> • Informalidade • Humor
	Enquadramento em primeiro plano

GRAVAÇÃO	Enquadramento em plano médio Câmera subjetiva
EDIÇÃO	<i>Lettering</i> Transição <i>Jump cuts</i> Vinheta Cartões Fenômenos sonoros
COMPARTILHAMENTO	Estratégias de programação

Fonte: a autora.

Após agruparmos os recursos de acordo com as etapas de produção, gravação, edição e compartilhamento, chegamos à última fase da análise de conteúdo, que constitui na interpretação dos dados levantados (BARDIN, 2016). Nesta dissertação, essa fase consistiu em produzir um texto síntese descrevendo os significados presentes em cada uma das categorias de análise, ou seja, apresentar de que forma os *youtubers* fazem uso de cada um dos recursos nas etapas de produção, gravação, edição e compartilhamento.

Antes de apresentarmos a interpretação dos dados coletados, mostraremos uma breve introdução sobre os canais escolhidos para análise.

3.3 CANAIS SELECIONADOS PARA ANÁLISE

Conforme já exposto, para realizarmos esta pesquisa, analisamos três canais disponíveis na plataforma YouTube, sendo eles: Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia. Ao analisarmos os primeiros vídeos publicados nos canais selecionados, observamos que os *youtubers* foram aprimorando, com o passar dos anos, suas habilidades nas etapas de produção, gravação, edição e compartilhamento de vídeos.

Essa observação enquadra-se nos argumentos de Flichy (2016), que cita que a *web* contemporânea incentivou a disseminação do amadorismo, em virtude de plataformas como YouTube, *blogs* e Wikipedia, que facilitam o compartilhamento de informações. Além disso, a Internet se distingue dos meios de comunicação desenvolvidos no século 20, como o rádio e o cinema, por uma razão essencial: a

posição de destaque que os amadores ocupam nela. Jenkins (2009) complementa afirmando que a *web* é um poderoso canal de distribuição da produção cultural amadora.

A disponibilidade de equipamentos de vídeo mais baratos e leves permitiu que indivíduos com diferentes níveis de conhecimento pudessem captar e compartilhar com amigos e familiares momentos espontâneos da vida. Isso é, para Anderson (2006), o mundo da “*peer production*”, ou seja, a produção colaborativa ou entre pares, possibilitada pela Internet e caracterizada pelo voluntarismo ou amadorismo de massa. Para o autor, a principal diferença entre amadores e profissionais é basicamente a disponibilização, cada vez maior, de recursos e ferramentas para que todos se transformem em produtores.

Como informa Santaella (2007), antes da invenção das câmeras manuais de vídeos, gravações eram privilégio exclusivo dos canais televisivos. Conforme os equipamentos de vídeo foram se tornando mais acessíveis, tanto em virtude do preço quanto do manuseio, o registro dos acontecimentos foi se tornando trivial. A antiga distinção entre produtores e receptores da imagem televisiva começou a se apagar, uma vez que qualquer pessoa com uma câmera poderia se tornar um potencial produtor. Assim, fotografias tiradas em festas e cerimônias familiares, domésticas e sociais começaram a ser substituídas por gravações amadorísticas.

Para Shirky (2011), há duas características que distinguem os amadores dos profissionais: a habilidade e a motivação. O autor argumenta que o amadorismo – palavra do latim *amare* – tem como essência a motivação intrínseca, ou seja, o ato de realizar alguma atividade simplesmente por diletantismo a ela. O autor também afirma que todos nós temos motivações intrínsecas, mas que, agora, existem meios para nos entregarmos a essas motivações, uma vez que “as barreiras são pequenas o suficiente para que qualquer um de nós possa, publicamente, buscar os que pensam da mesma maneira e nos juntar a eles” (p. 89).

O amador, portanto, define livremente sua área de atividade, agindo pelo prazer, ou seja, em função de suas paixões, do que é relevante para ele. Dessa forma, segundo Flichy (2016), o que distingue o amador do profissional é menos sua competência mais disposta a falhas do que uma outra forma de engajamento nas práticas sociais. As atividades do amador – que para o autor são essencialmente não comerciais, ou seja, próximas ao trabalho voluntário – não dependem das constrações

de um emprego ou de uma organização, mas de sua própria escolha. O amador é “conduzido pela curiosidade, emoção, paixão e afinidade às práticas frequentemente compartilhadas com outros” (FLICHY, 2016, p. 19).

Para Nikolic (2017), as mudanças tecnológicas, sobretudo ocasionadas pela Internet e mídias sociais, abriram oportunidades para a produção, a prática e a distribuição de mídia. A tecnologia digital, que oferece maior qualidade a menor custo, permitiu que praticamente qualquer pessoa pudesse se tornar uma produtora de vídeo ou mídia.

Para Carreira (2015, p. 2), os *youtubers*, além de construírem seu canal na plataforma YouTube, aprendem, com o passar do tempo, “a dominar características decisivas para fazer sucesso na rede mundial de computadores”. Ter um canal no YouTube significa, portanto, maior visibilidade às produções, rápido aprendizado a partir de novas ideias e novos projetos, e, muitas vezes, colaboração entre as comunidades.

Para Moran (2015), a *web* trouxe avanços, mas também problemas. Segundo o autor, com tantas opções de conteúdos, ficou difícil selecionar e contextualizar o que acessamos. A facilidade de buscar conteúdos “traz também a multiplicidade de fontes diferentes, de graus de confiabilidade diferentes, de visões de mundo contraditórias” (p. 36).

Conforme argumenta Shirky (2011), a abundância de informações disponíveis de *web*, faz com que passamos a acreditar que podemos tratar as coisas, que antes considerávamos valiosas, como se fossem baratas o bastante para serem desperdiçadas. Do contrário, quando algo se torna raro, passamos a acreditar que é mais valioso do que era antes. Dessa forma, segundo o autor, em comparação com a era anterior, quando ainda não estávamos conectados com a Internet, a abundância provocou uma “rápida queda da qualidade média, mas com o tempo a experimentação traz resultados, a diversidade expande os limites do possível, e o melhor trabalho se torna melhor do que havia antes” (p. 50).

Os *youtubers* responsáveis pelos canais Manual do Mundo e Biologia Total, analisados para esta dissertação, começaram a publicar vídeos na plataforma YouTube com técnicas amadoras, mas foram, com o tempo, aprimorando suas habilidades, enquanto adquiriam experiência durante seu tempo livre. Assim, sua

expertise foi adquirida dia após dia, pela prática e experiência, até tornar-se um profissional.

A seguir, apresentamos os canais do YouTube selecionados para estudo nesta dissertação: Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia.

3.3.1.1 Biologia Total

O canal Biologia Total foi criado em 2009 pelo professor de biologia Paulo Jubilut, formado em ciências biológicas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Antes de ter seu canal no YouTube, o professor trabalhava em um curso pré-vestibular, do qual foi demitido. Após a demissão, Jubilut começou a gravar vídeos e publicá-los no YouTube. Segundo ele, em 2009 as videoaulas disponíveis no YouTube eram formais, mas ele levou uma linguagem informal e bom humor para a Internet (FAJARDO, 2017).

O primeiro vídeo do canal, datado de 4 de novembro de 2009, mostra o professor Paulo Jubilut em uma sala de aula tradicional, explicando sobre o câncer de próstata com o auxílio de um projetor. Nesse vídeo, não observamos a linguagem audiovisual utilizada por *youtubers*, uma vez que fica explícito que foi uma aula gravada, meramente uma transposição do ensino presencial para o vídeo. Na figura a seguir mostramos trechos do primeiro vídeo do canal.

Figura 6 – 1º vídeo do canal Biologia Total com Prof. Jubilut

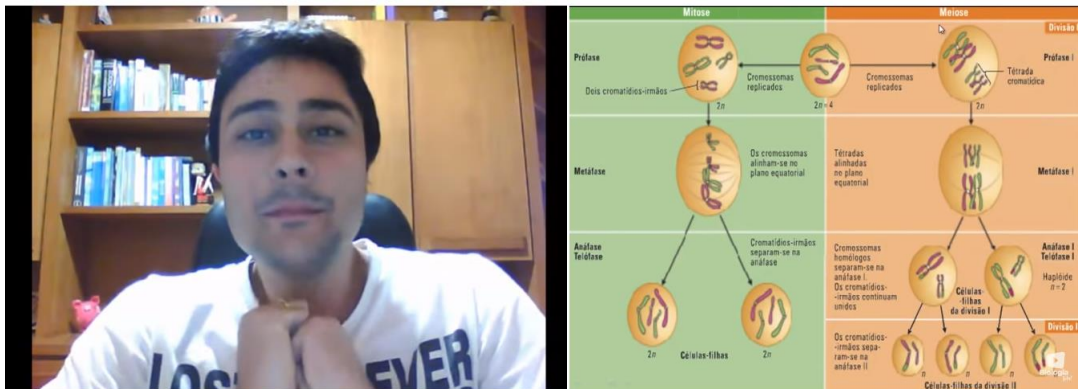


Fonte: canal Biologia Total – YouTube

Em 2011, os vídeos do professor Jubilut passaram a ter como cenário um ambiente doméstico, provavelmente a própria residência do *youtuber*. Com um

equipamento simples de gravação, o professor explicava conceitos de biologia olhando diretamente para a câmera, o que definimos anteriormente como câmera subjetiva, utilizando enquadramento em primeiro plano e técnicas simples de edição, como a adição de imagens para ilustrar a sua fala. Também começam a ser utilizados esquemas na tela, que aparecem aos poucos, em sincronia com a locução do *youtuber*, conforme apresentamos na figura a seguir.

Figura 7 – Imagens com voz em off – canal Biologia Total



Fonte: canal Biologia Total – YouTube

Em 2012, em comparação com as técnicas observadas em 2018, o professor Paulo Jubilut não tinha muita experiência com a edição de vídeos. Apesar disso, passou a inserir vinheta – na qual aparece uma foto sua com o título da aula, finalizando com um *fade-in* (quando uma imagem aparece em segundo plano) – e também um cartão (*link*/chamada) no canto direito da tela para que o usuário clicasse e se inscrevesse mais facilmente no canal.

Figura 8 – 1ª vinheta do canal Biologia Total



Fonte: canal Biologia Total – YouTube

Nos vídeos publicados em 2012, podemos notar a inserção de textos na tela, adicionadas com o objetivo de facilitar a compreensão dos espectadores acerca de termos não tão populares da biologia, como poliovulação, bivitelinos, dizigóticos. Foi nesse ano que o professor também começou a utilizar o bordão: “Faaala galera”, no início de seus vídeos. Na figura a seguir é possível visualizarmos a utilização do *lettering*: Alta Taxa de Variabilidade Genética, exibido em sincronia com a locução e, ao lado, uma ilustração mostrando como ocorre a poliovulação, que permaneceu na tela durante o tempo que o professor explicava sobre o tema com voz em *off*.

Figura 9 – 1º vídeo com a inserção de *lettering* – Biologia Total com Prof. Jubilut

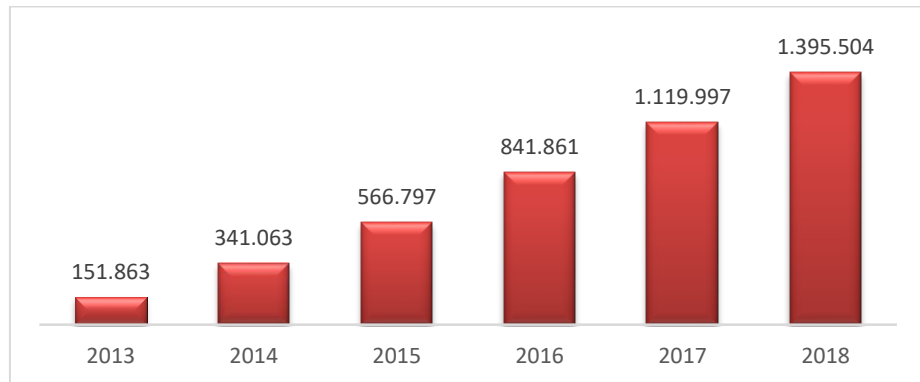


Fonte: canal Biologia Total – YouTube

É visível, ao analisarmos os vídeos antigos do canal, a experiência que o professor Paulo Jubilut foi adquirindo com o passar dos anos nas etapas de produção, gravação e edição dos vídeos. No início do canal, como vimos, o professor publicou um vídeo no qual aparece em uma sala de aula tradicional, sem utilizar recursos da linguagem audiovisual, como vinheta e *lettering*. No decorrer dos anos, o professor foi testando técnicas e adicionando recursos como vinhetas, legendas, figuras em sincronia com voz em *off*, cartões (*links*/chamadas) para outros vídeos do canal, dentre outros.

De 2013 a 2018, o número de inscritos no canal Biologia Total cresceu de 151.863 a 1,3 milhões, conforme mostramos na figura a seguir.

Figura 10 – Crescimento do número de inscritos no canal Biologia Total



Fonte: Adaptado de Oliveira e Viggiano (2018).

3.3.1.2 Manual do Mundo

Atualmente, os vídeos do canal Manual do Mundo são produzidos por uma equipe de profissionais como: o *youtuber* Iberê Camargo, que além de produzir o conteúdo, atua como apresentador e diretor do vídeo; Mari Fulfaro, como produção executiva; Fernando A. Souza, como produção; Natã Romualdo, como operador de câmera e Ivan M. Franco, como edição e finalização, o que deixa explícito o caráter profissional dos conteúdos produzidos.

Mas nem sempre os vídeos foram produzidos com técnicas profissionais de produção, gravação e edição. O canal Manual do Mundo foi criado em 2008 pelo jornalista formado pela Universidade de São Paulo (USP), Iberê Thenório, e pela terapeuta ocupacional, também formada pela USP, Mariana Fulfaro (OLIVEIRA; VIGGIANO, 2018).

O primeiro vídeo publicado no canal, intitulado *Como fazer multiplicação sem tabuada*, datado de 16 de julho de 2008, mostra as mãos de uma pessoa, que, em um caderno, realiza cálculos de multiplicação. Não há, nesse vídeo, a inserção de vinheta e o *youtuber* não mantém fala direta com o público. Contudo, durante todo o vídeo há música de fundo.

Figura 11 – 1º vídeo do canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

O segundo vídeo publicado no canal, com título *Como fazer pipoca no micro-ondas com milho comum (receita)*, data de 17 de julho de 2008. Esse vídeo inicia mostrando um jovem em uma cozinha, provavelmente de sua própria casa, com um pacote de pipoca nas mãos. Enquanto explica o passo a passo para fazer a pipoca, *letterings* aparecem na tela em sincronia com a fala do *youtuber*.

Figura 12 – 2º vídeo do canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

Em 2010, no vídeo *Como fazer lais de guia*, podemos notar a inserção de créditos ao final do vídeo. Não há cortes, uma vez que a gravação é feita sem interrupções, mas são utilizados, em diversos momentos, o *zoom* da câmera para

mostrar com mais proximidade as instruções do *youtuber*. Ao final do vídeo, são inseridos os créditos da produção.

Figura 13 – Zoom e tela de créditos – canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

No vídeo *Encha um pneu de carro com bomba de encher bola (dica doméstica)*, publicado em outubro de 2010, Iberê Thenório, criador do canal, realiza a gravação do vídeo em um ambiente externo. Podemos perceber, nesse vídeo, que Iberê está sozinho, pois apoiou a câmera no chão. Até mesmo quando um cachorro invade seu cenário adaptado, ele apenas espera o cão passar para continuar a captação das imagens.

Figura 14 – vídeo *Encha um pneu de carro com bomba de encher bola* – canal Manual do Mundo

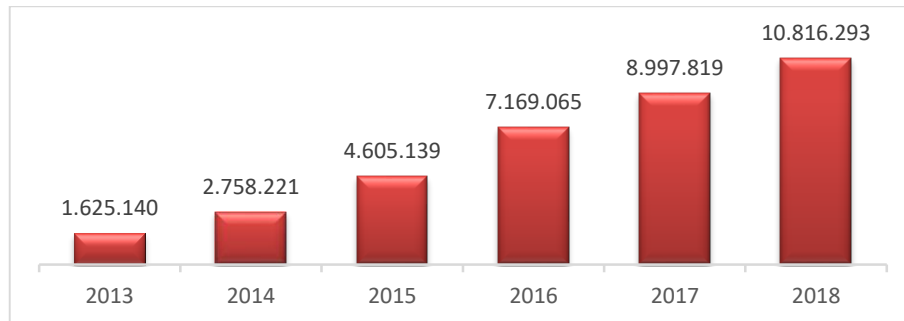


Fonte: canal Manual do Mundo.

Aos analisarmos os vídeos publicados em 2011, observamos que o canal investiu na aquisição de equipamentos de gravação profissionais. Também há a inserção de legendas e créditos ao final do vídeo. É interessante citar que, nos créditos, Mariana Fulfaro – que criou o canal com Iberê Thenório – aparece como câmera, ou seja, responsável pela gravação. Além disso, também é citado o nome de Henrique Santos como assessoria científica.

De 2013 a 2018, o número de inscritos no canal Manual do Mundo cresceu de 1.625.140 a 10.816.293, conforme mostramos na figura a seguir.

Figura 15 – Crescimento do número de inscritos no canal Manual do Mundo



Fonte: Adaptado de Oliveira e Viggiano (2018).

3.3.1.3 Nostalgia

Para a produção dos vídeos analisados do canal Nostalgia, especificamente do quadro Nostalgia Ciência, além de uma equipe composta pelo *youtuber* Felipe Castanhari, um roteirista, um diretor, um assistente de direção, editores, animadores, produtores musicais e diretores de fotografia, também é citada, nos créditos do vídeo *A Terra é plana? Com Leon e Nilce*, consultoria científica de Caio Gomes, Gustavo Rojas, da Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR) e da Sociedade Astronômica Brasileira (SAB).

O canal Nostalgia foi criado em 2012 por Felipe Castanhari, que é formado em Design Gráfico e Animação 3D pela Faculdade Melies de Tecnologia, em São Paulo. No ensino médio da escola, Felipe se considerava um aluno desinteressado, colocando a culpa na instituição de ensino, que, para ele, era errada e arcaica (OLIVEIRA; VIGGIANO, 2018).

Diferentemente dos outros canais analisados, como o Manual do Mundo e Biologia Total, os primeiros vídeos do Nostalgia já contavam com recursos

audiovisuais profissionais. Para Oliveira e Viggiano (2018), isso se deve pela prática adquirida por Felipe Castanhari durante a sua formação acadêmica. Portanto, ao contrário de *youtubers* que iniciaram seus canais de forma amadora, como Iberê Thenório, Mariana Fulfaro e Paulo Jubilut, por exemplo, ele não foi adquirindo a experiência aos poucos, pois já tinha uma base para a produção dos vídeos, oriunda de sua formação acadêmica.

Logo no primeiro vídeo publicado pelo canal, intitulado *TV CRUJ – Nostalgia*, Felipe Castanhari fala diretamente para a câmera; utiliza enquadramento em primeiro plano; insere um *background* de histórias em quadrinhos; legendas; textos na tela em sincronia com a locução; cartões (*links*) para outros vídeos do canal; cartão (*link*) para inscrição no canal; efeitos sonoros; além de trechos de programas televisivos. Podemos notar, também, técnicas de edição, como o uso dos *jump cuts* e periodicidade na publicação – em média 1 vídeo por semana.

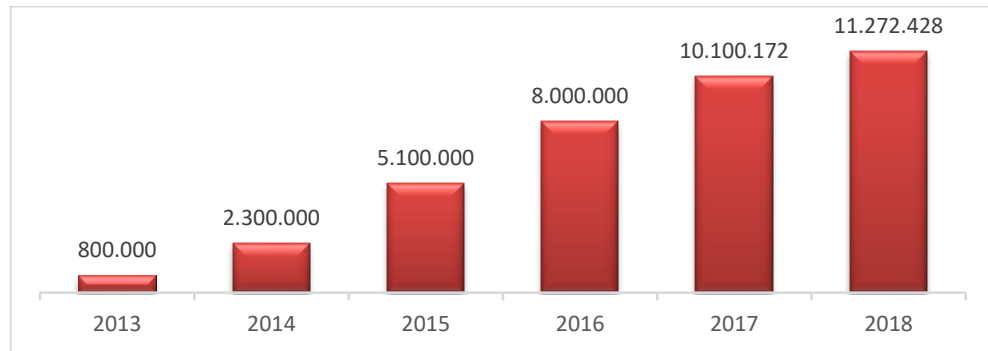
Como informa Zuini e Lellis (2015), o primeiro vídeo publicado no canal Nostalgia foi filmado com uma câmera de vídeo emprestada de uma amiga de Felipe Castanhari. Além disso, no início, os quatro primeiros vídeos do canal obtiveram menos de mil visualizações, considerado por Felipe Castanhari como um resultado ruim. Contudo, após pesquisas e estudos, o *youtuber* começou a inserir outras técnicas de gravação e edição, além de aprimorar o conteúdo que era apresentado nos vídeos.

Figura 16 – 1º vídeo do canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

De 2013 a 2018, o número de inscritos no canal Nostalgia cresceu de 800 mil a 11.272.428, conforme mostramos na figura a seguir.

Figura 17 – Crescimento do número de inscritos no canal Nostalgia

Fonte: Adaptado de Oliveira e Viggiano (2018).

O canal Nostalgia é dividido por quadros, sendo eles: Histórias Nostálgicas, no qual Felipe Castanhari relata situações de sua vida; Nostalgia História, no qual são apresentados temas da disciplina de história; Nostalgia Ciência, no qual ele ensina ciências; Animatoons, que apresenta animações; Assuntos em Pauta, no qual ele opina sobre temas da atualidade; Retrospectiva Nostalgia, no qual ele relembra vídeos já produzidos pelo canal; O que aconteceu?, no qual ele relata a situação de celebridades afastadas da mídia; entre outros.

Portanto, para selecionarmos os vídeos que seriam analisados do canal Nostalgia, pesquisamos por vídeos *mais populares*, em seguida pelos vídeos publicados até agosto de 2017 e, em seguida, pelos vídeos classificados nos quadros Nostalgia História e Nostalgia Ciências, que possuem foco educativo.

3.4 CARACTERÍSTICAS DA LINGUAGEM DOS YOUTUBERS

Após realizarmos análise de conteúdo dos vídeos que selecionamos dos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia, chegamos a características comuns entre eles. Dividimos as características em categorias, sendo elas as etapas de produção, gravação, edição e, por fim, o compartilhamento na plataforma YouTube.

3.4.1 Produção

No item Produção, apresentaremos as estratégias utilizadas por *youtubers* antes da gravação, como a montagem do cenário e a roteirização do vídeo.

3.4.1.1 Cenário

Como vimos, os cenários cinematográficos são naturais (paisagens) ou produzidos em estúdio. Nos programas televisuais, os cenários são construídos com base no gênero do programa, ou seja, considerando o perfil do programa e do telespectador.

Os *youtubers* analisados para esta dissertação construíram seus cenários de acordo com o foco do canal ou do quadro. No canal Biologia Total, que é destinado à divulgação da disciplina de biologia para vestibulandos, universitários, biólogos e professores, o cenário consiste em um papel de parede com desenhos de animais, como abelha, onça e pássaro; uma molécula de DNA; um feto humano; e órgãos humanos. Esses elementos são estudados no campo da biologia, uma vez que a disciplina abrange temas como morfologia, fisiologia, anatomia, comportamento, evolução e distribuição da matéria viva, além dos processos vitais e das relações entre os seres vivos. Além dos desenhos, também há, no canto superior direito, a logomarca do canal, que fica visível durante todo o vídeo.

O cenário do canal Manual do Mundo lembra o ambiente de uma oficina mecânica, o que deixa explícito o objetivo do canal, que é defender o valor de criar objetos com as próprias mãos, reflexo do movimento *maker* (OLIVEIRA; VIGGIANO, 2018). O movimento *maker* consiste em uma cultura de compartilhamento de projetos e de colaboração em comunidades *on-line*. Conforme expõe Anderson (2012, p. 23), os *makers*, por fazerem parte da geração da *web* “compartilham instintivamente suas criações *on-line*”. É relevante apresentar, nesse contexto, a citação de Anderson (2012, p. 24) ao se referir ao movimento *maker*: “sempre houve artífices e inventores. Mas a transição para o digital muda tudo, em termos de capacidade de produzir e de vender ideias e invenções. Oficinas do mundo, uni-vos!”.

Na figura a seguir apresentamos os cenários dos canais Biologia Total e Manual do Mundo.

Figura 18 – Cenários dos canais Biologia Total e Manual do Mundo



Fonte: canal Biologia Total e canal Manual do Mundo – YouTube

No canal Nostalgia, o cenário muda dependendo do quadro que será gravado. O cenário do quadro Nostalgia Ciência, por exemplo, lembra o ambiente de um laboratório de ciências de uma instituição de ensino formal. Nele, há objetos como quadro-negro, microscópio, globo terrestre, frascos de laboratório, tabela periódica, *becker* de vidro, um porta-retrato com a fotografia do cientista Albert Einstein e um esqueleto humano para estudo de anatomia. O esqueleto humano, que aparece com as mãos no rosto, como se estivesse assustado, e a fotografia de Albert Einstein, mostrando a língua, contribuem para criar um efeito cômico.

Contudo, observamos que, apesar de manter o mesmo cenário em todos os vídeos do quadro Nostalgia Ciência, o quadro-negro aparece com um desenho diferente dependendo do tema do vídeo. No vídeo *O que matou os dinossauros?*, por exemplo, no quadro-negro aparece o desenho de um dinossauro. Já no vídeo *A Terra é plana?*, o quadro-negro aparece com o desenho do planeta Terra.

Figura 19 – Alterações no cenário



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

Já o cenário do quadro Nostalgia História segue o padrão utilizado em outros quadros do canal. Esse cenário é composto de elementos decorativos, como brinquedos, estantes e quadros, que remetem a filmes e desenhos animados antigos, explorando o significado do termo “Nostalgia”, que descreve uma sensação de saudade por momentos vividos no passado. Apesar desse significado, o cenário é usado meramente como fundo de cena, uma vez que não participa da ação do vídeo, ou seja, o *youtuber* não interage com os recursos do cenário durante a gravação.

Figura 20 – Cenário do quadro Nostalgia História



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

Nos canais analisados, portanto, os cenários são construídos de acordo com o foco do canal ou do tema do vídeo. Se o foco é ensinar temas de biologia, o cenário traz elementos da disciplina. Se o foco é compartilhar conhecimentos sobre ciências, o cenário é composto de objetos de laboratório de ciências. Contudo, o cenário também é utilizado meramente como fundo de cena, como no caso do quadro Nostalgia História.

Com o cenário organizado, inicia-se, então, o processo de roteirização do vídeo, o qual explicaremos a seguir.

3.4.1.2 Roteirização

Como vimos, o roteiro de uma obra cinematográfica, conforme Field (2001), segue a estrutura: início (ato 1), ponto de virada 1, meio (ato 2), ponto de virada 2, e

fechamento (ato 3). Considerando os conceitos de Field (2001) para o roteiro de cinema, podemos concluir que os vídeos analisados para esta dissertação destinam os primeiros minutos ao ato 1, para exibir a vinheta do canal, a introdução ao tema e a apresentação do *youtuber*. No quadro a seguir, podemos visualizar o tempo que o canal Nostalgia utilizou de cada um dos vídeos analisados para: inserir vinheta, se apresentar e realizar uma introdução ao tema.

Quadro 7 – ato I dos vídeos do canal Nostalgia

VÍDEO	TEMPO TOTAL DO VÍDEO	TEMPO DO ATO 1
500 Anos em 1 Hora / História do Brasil	59'27"	36"
A Terra é plana? Com Leon e Nilce	23'23"	1'36"
Buracos negros, como eles surgem?	16'40"	56"
O que matou os dinossauros?	14'12"	1'06"

Fonte: a autora.

No canal Biologia Total, o tempo destinado ao ato 1 se mostra maior se comparado aos vídeos do canal Nostalgia. Contudo, os vídeos analisados do canal Biologia Total possuem, em média, 20 minutos a mais que do canal Nostalgia. Nos vídeos analisados, o *youtuber* também utiliza os primeiros minutos para introduzir o espectador ao tema, para se apresentar e inserir a vinheta do canal. No quadro a seguir podemos visualizar o tempo de cada vídeo destinado ao ato 1.

Quadro 8 – ato I dos vídeos do canal Biologia Total

VÍDEO	TEMPO TOTAL DO VÍDEO	TEMPO DO ATO 1
Sistema Circulatório	39'18"	1'45"
Atualidades na Biologia 2017 ENEM	39'30"	30"
Sistema Excretor	44'43"	1'48"
Núcleo Celular	25'51"	1'05"

Fonte: a autora.

Nos vídeos analisados do canal Manual do Mundo, o tempo destinado à apresentação do *youtuber* e à introdução ao tema não ultrapassa 44 segundos, conforme apresentamos no quadro a seguir.

Quadro 9 – ato I dos vídeos do canal Manual do Mundo

VÍDEO	TEMPO TOTAL DO VÍDEO	TEMPO DO ATO 1
Como transformar papel alumínio em uma bola de metal	13'05"	44"
Como é feita a goma de mascar	06'51"	14"
Como é fabricado o gelo seco	07'41"	5"
Líquido piranha: ataca tudo o que vê pela frente! Superquímica #32	06'20"	40"

Fonte: a autora.

Para Field (2001), é no ato 1 de uma obra cinematográfica que o roteirista apresenta a história, o personagem principal, a situação dramática, ou seja, ambientaliza o espectador acerca do que será tratado no filme. Podemos observar que nos vídeos analisados nesta dissertação, os *youtubers* utilizam recursos como efeitos sonoros, transições, figuras, e humor, com a finalidade de ambientar o espectador.

No vídeo *Buracos Negros, como eles surgem?*, publicado pelo canal Nostalgia, é utilizado efeito sonoro de carro freiando durante a fala do *youtuber*: "para entender porque isso acontece, a gente tem que parar pra olhar o buraco negro". No vídeo, *O que matou os dinossauros?*, também do canal Nostalgia, após 1 minuto e 32 segundos, é inserido efeito sonoro de aplausos e uma plateia gritando, durante a locução: "bem, eu já posso assumir que todo mundo acha dinossauro legal, né? Muito bem. Passamos por essa etapa". Nesse mesmo vídeo, aos 38 segundos, são inseridos efeitos sonoros de grunhidos de dinossauros ao mesmo tempo em que o *youtuber* diz: "você sabe que há muito tempo, os dinossauros eram os maiores predadores da Terra". Os efeitos sonoros citados como exemplo contribuem para apresentar o tema que será abordado no vídeo: se o vídeo trata sobre dinossauros, a inserção de efeitos sonoros de grunhidos contribui para a ambientalização do espectador.

Os *letterings* também são inseridos, nos minutos iniciais do vídeo, para ajudar na apresentação do nome do *youtuber* e também do tema que será abordado no vídeo. O *lettering* é inserido, por exemplo, aos 36 segundos do vídeo *Buracos Negros, como eles surgem?*, quando, em sincronia com a locução, são exibidas as palavras “Buraco Negro” na tela. No vídeo *Como é feita a goma de mascar*, do canal Manual do Mundo, aos 6 segundos é exibida, em sincronia com a fala do *youtuber*, a frase: “Como é feita a goma de mascar”. No vídeo *Sistema Circulatório*, após 1 minuto e 52 segundos de vídeo, o *lettering* “Sistema Cardiovascular” é exibido na tela enquanto o *youtuber* explica que sistema circulatório também pode ser chamado de sistema cardiovascular. Ou seja, os *letterings*, nos casos apresentados, são utilizados para reforçar o tema que será tratado no vídeo.

Além disso, o *lettering* também é utilizado, no início dos vídeos, para apresentar o nome do *youtuber*. No vídeo *Sistema Excretor*, por exemplo, após 1 minuto e 52 segundos, é inserido o nome do *youtuber* “Prof. Me. Paulo Jubilut”, enquanto ele se apresenta à audiência. No vídeo *Como é feito o gelo seco*, do canal Manual do Mundo, é exibido *lettering* com o nome do *youtuber* “Iberê Thenório”; no entanto, sem que o mesmo se apresente ao público.

Os vídeos publicados pelos *youtubers* analisados nesta dissertação não possuem uma ação dramática, uma vez que o meio do vídeo, considerado como ato 2 por Field (2001), é utilizado para exposição e explicação do tema. Durante o ato 2, portanto, o *youtuber* utiliza-se de recursos como efeitos sonoros, animações, figuras e *letterings*, para explicar o conteúdo que está sendo abordado no vídeo, ou seja, para contribuir com a aprendizagem do espectador.

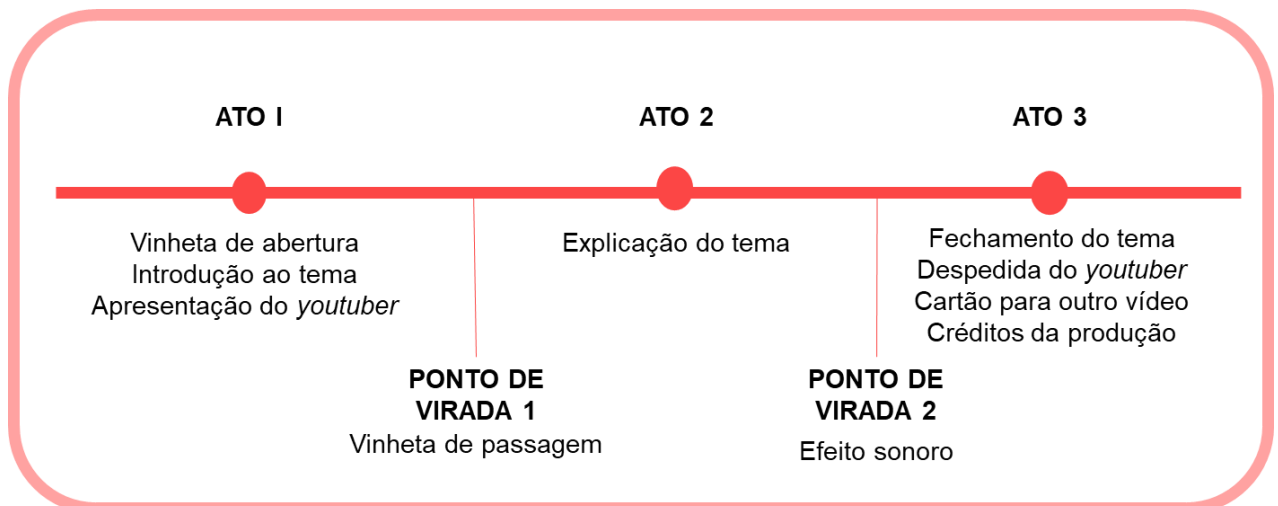
No vídeo *Buracos Negros, como eles surgem?*, publicado pelo canal Nostalgia, aos 4 minutos e 22 segundos, é exibida uma animação na tela explicando a lei da gravidade. No vídeo *Sistema Circulatório*, aos 28 minutos e 32 segundos, é exibida uma animação mostrando o funcionamento do sistema cardiovascular, com voz em *off* do *youtuber*. No vídeo *A Terra é plana?*, do canal Nostalgia, durante a locução: “a gente sabe que essa circunferência é 40.008 km do Equador”, é exibida, na tela, a ilustração do planeta Terra e o número 40.008 km. Nos casos apresentados, podemos observar que os recursos são utilizados para facilitar a compreensão dos conteúdos.

No final do vídeo, definido por Field (2001) como ato 3, portanto, ocorre o fechamento, a conclusão do assunto que está sendo tratado no vídeo. Na conclusão

do vídeo, o *youtuber* agradece a audiência, exibe os créditos da produção com música de fundo, e insere uma chamada (cartão) para outro vídeo disponível no canal.

Nos vídeos analisados do canal Nostalgia, observamos, também, a utilização de pontos de virada, ou seja, de pontos de ligação, que mudam a direção do tema e direcionam o espectador aos atos 2 e 3, ou seja ao meio e ao encerramento do vídeo. No vídeo *A Terra é plana?*, publicado pelo canal Nostalgia, por exemplo, a ligação entre os atos 1 e 2 ocorre por meio de uma vinheta, que apresenta a logomarca do quadro Nostalgia Ciência. Já a ligação entre os atos 2 e 3, ocorre por meio de um efeito sonoro, que remete à uma passagem de tempo. Na figura a seguir mostramos a inserção desses pontos de ligação no vídeo.

Figura 21 – Atos e pontos de virada – canal Nostalgia



Fonte: a autora.

Ou seja, a vinheta atua como conexão entre os atos 1 e 2, o efeito sonoro atua como uma conexão entre os atos 2 e 3, direcionando o espectador ao fechamento do vídeo.

3.4.1.2.1 Informalidade

A linguagem coloquial, também chamada de informal, é uma característica presente nos vídeos dos *youtubers* analisados para esta dissertação. Os *youtubers* utilizam-se de gírias e de expressões da linguagem popular para dialogar com o espectador e criar uma conexão de intimidade com ele.

Como vimos, cada meio de comunicação utiliza uma linguagem considerando o público a que se destina. O canal Biologia Total, por exemplo, dirige-se, principalmente, a um público adolescente, que busca por conteúdos de ensino médio e, também, preparatórios para o vestibular e Enem (Exame Nacional do Ensino Médio). Dessa forma, o *youtuber* Paulo Jubilut utiliza, com frequência, gírias como: “tá manjando”, que significa “está entendendo”, “bóra”, que significa “vamos embora”, “pira”, que significa “maluquice”, dentre outras, além de expressões populares, como “indo pro saco”, que significa que algo estragou ou foi cancelado; “nada a ver”, que significa “não faz sentido”; “forçar a barra”, que expressa uma situação de insistência excessiva; dentre outras, para facilitar a interação com o público e atrair a atenção do espectador ao conteúdo do vídeo. No quadro a seguir, apresentamos exemplos de gírias e expressões populares utilizadas pelo *youtuber* Paulo Jubilut nos vídeos analisados nesta dissertação.

Quadro 10 – Exemplos de gírias e expressões populares – canal Biologia Total

VÍDEO	TEMPO	EXEMPLO
Sistema Excretor	1'16"	"hiponotremia é o nome dessa bagaça".
Sistema Excretor	4'56"	"...e acaba indo pro saco".
Sistema Excretor	9'51"	"...quando você vê lá o cocô da ave, né? O barrão que ela solta".
Sistema Excretor	14'32"	"Não sei se eu forcei um pouco a barra".
Sistema Excretor	17'13"	"Tranquilhaço".
Sistema Excretor	21'33"	"Birinaites".
Sistema Excretor	25'33"	"Você já tá doidão, já tá tendo tremiliques, um santo baixa em você".
Sistema Excretor	33'52"	"...isso não é lenda urbana nem papinho de vó".
Núcleo Celular	1'54"	"...uma porrada de números."
Núcleo Celular	2'56"	"O núcleo tem uma porrada de funções".
Núcleo Celular	5'09"	"Nada a ver"
Núcleo Celular	13'45"	O <i>youtuber</i> utiliza um colar de pérolas para exemplificar o conteúdo e fala: "Um colar de pérolas, hã que chique, hein".
Núcleo Celular	15'20"	"Olha que pira".
Núcleo Celular	22'12"	"Bóra ver como que é cobrado isso aí nas provas, mano".
Atualidades na Biologia 2017 ENEM	1'44"	"No ano retrasado tivemos uma outra pereba que bombou e o mundo ficou apavorado".
Atualidades na Biologia 2017 ENEM	36'45"	O <i>youtuber</i> , ao indicar um documentário de uma plataforma de <i>streaming</i> de vídeos, olha para o lado do cenário e fala com Amanda, sua suposta assistente e diz: "como se precisasse o Netflix de propaganda, né Amanda?" Na sequência olha para a câmera e diz: "Não é pra piratear o Netflix, hein, você aí que é pilantra".

Fonte: a autora.

Podemos observar, nos exemplos apresentados no quadro anterior, que as gírias e as expressões populares são utilizadas pelo *youtuber* Paulo Jubilu também como forma de despertar o humor no espectador, uma vez que cria identificação com o público ao utilizar frases do cotidiano.

O canal Nostalgia, em virtude de sua variedade de quadros, que contempla desde vídeos mostrando músicas e filmes que fizeram sucesso nas décadas de 1980, 1990 e 2000, a vídeos sobre história e ciências, abrange públicos de faixas etárias distintas. Dessa forma, a utilização de gírias e expressões populares é mais contida em comparação ao canal Biologia Total. No quadro a seguir apresentamos exemplos de gírias e expressões populares inseridas nos vídeos do canal.

Quadro 11 – Exemplos de gírias e expressões populares do canal Nostalgia

VÍDEO	TEMPO	GÍRIA OU EXPRESSÃO POPULAR
A Terra é plana? Com Leon e Nilce	2'37"	"Trolagem".
500 anos em 1 hora / História do Brasil	5'01"	"Treta"
500 anos em 1 hora / História do Brasil	7'42"	"A galera de Portugal deu uma brochada quando não encontrou."
500 anos em 1 hora / História do Brasil	9'24"	"O rei de Portugal estava quebrado e sem dinheiro nenhum".
500 anos em 1 hora / História do Brasil	13'42"	O <i>youtuber</i> utiliza a gíria "lance".
500 anos em 1 hora / História do Brasil	20'09"	"Não quer largar o osso".

Fonte: a autora.

Já os vídeos do canal Manual do Mundo são destinados, principalmente, a jovens adultos – indivíduos na faixa etária entre 18 e 25 anos –, que compõem cerca de 70% do público do canal (JULIO, 2018). Dessa forma, a utilização de gírias também é menos frequente em comparação ao canal Biologia Total. No quadro a seguir apresentamos alguns exemplos de gírias e expressões populares utilizadas pelo *youtuber* Iberê Thenório.

Quadro 12 – Exemplos de gírias e expressões populares do canal Manual do Mundo

VÍDEO	TEMPO	GÍRIA E EXPRESSÃO POPULAR
Como transformar papel alumínio em uma bola de metal	0'37"	"Bora lá".

Como transformar papel alumínio em uma bola de metal	5'22"	“Óia”.
Como transformar papel alumínio em uma bola de metal	5'25"	“Dá pro gasto”.
Como é fabricado o gelo seco	2'41"	“Gelado pra caramba”.

Fonte: a autora.

Podemos concluir, portanto, que a utilização de gírias e expressões populares facilita a interação entre o *youtuber* e o espectador, uma vez que favorece o diálogo e a proximidade entre os sujeitos. Contudo, é necessário que a utilização de gírias e expressões populares esteja de acordo ao público do canal.

3.4.1.2.2 Humor

Conforme Antos e Rosseti (2012), o humor está contido nas manifestações humanas, as quais encontram meios para serem veiculadas, como na fala, nos gestos, na palavra escrita, entre outros. Os autores definem humor como uma “narrativa que, determinada por condições sociais, culturais e históricas, gera um efeito em seu receptor, o riso” (ANTOS; ROSSETI, 2012, s.p.). O riso, despertado por determinado recurso, pode surgir a partir do exagero, como pela caricatura, que acentua traços físicos; da representação mecânica, como na pantomina; da reversão da expectativa, comum às anedotas; da ironia, dentre outras ações.

Para Comparato (2009), tudo pode ser divertido dependendo da maneira como é contado, pois existem certas tendências que permitem às pessoas normais se transformarem em figuras risíveis, sendo elas: as falhas, a inadequação e o exagero. As falhas, segundo o autor, ao mesmo tempo que incomodam, também provocam risadas. A inadequação, por sua vez, refere-se às situações em que pessoas são colocadas ou se colocam em posições constrangedoras ou inadequadas. O exagero refere-se à ampliação da característica de uma pessoa ou de uma situação. No quadro a seguir apresentamos exemplos de cada uma dessas tendências.

Quadro 13 – O que provoca o riso: falhas, inadequação e exagero

	EXEMPLO
FALHA	As confusões de um desastrado. A esperteza dos malandros.
INADEQUAÇÃO	Um motorista de táxi em Nova York recém-chegado da Chechênia do Norte que não sabe falar a língua e nem conhece os costumes locais.
EXAGERO	Uma pessoa que fala bastante, em excesso, “pelos cotovelos”.

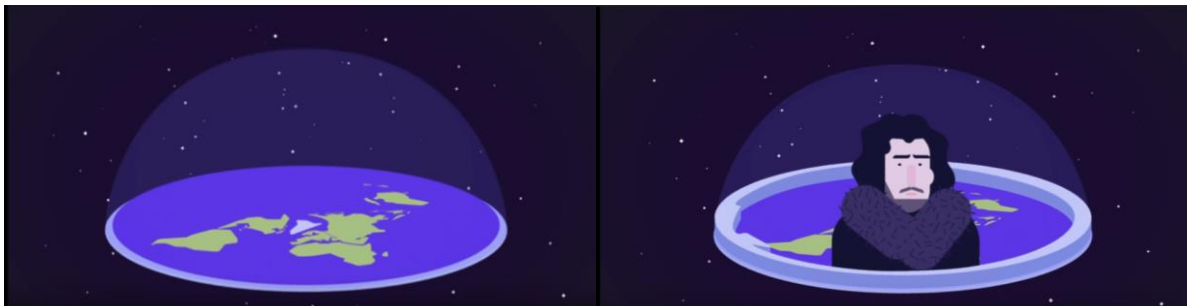
Fonte: Adaptado de Comparato (2009).

Comparato (2009, p. 380) também argumenta que comédia é identificação, pois ninguém ri do que não conhece, por isso, “quanto mais se aproximar dos problemas e emoções universais, mais chances se têm de fazer a audiência rir”. Além disso, conforme Antos e Rosseti (2012), um ser humano só ri do que conhece. Portanto, para ser compreendido e levar ao riso, o humor precisa contemplar atitudes humanas que estejam, de alguma forma, ligadas a uma sociedade, a uma cultura, a um determinado grupo social e com um tempo histórico definido.

É comum, nos canais analisados, que os *youtubers* utilizem de fatos atuais para explicarem determinados conceitos e assim criarem a identificação necessária para deixar o vídeo divertido. No vídeo *A Terra é plana?*, do canal Nostalgia, o *youtuber* cita um personagem de um seriado de TV a cabo, John Snow, como forma de criar uma identificação do público com um fato atual. Aos 3 minutos e 17 segundos de vídeo, aparece a ilustração do planeta Terra, redondo, girando na tela, juntamente com a voz em *off*: “você já deve ter visto pessoas afirmando que a Terra não é redonda. Quem defende esta ideia diz que o nosso planeta é achatado como uma pizza e coberto por uma enorme redoma”. Então o planeta Terra aparece achatado na tela e, em sincronia com a locução, é exibida uma redoma em cima dela. A locução continua: “o polo norte ficaria bem no meio da Terra, a Antártida estaria nas bordas dessa pizza, funcionando como um enorme muro de gelo, impossível de ser atravessado”, então as bordas da Terra aparecem em destaque, mas ela permanece achatada com a redoma. A locução continua, com o *youtuber* dizendo: “igual a

muralha de *Game of Thrones*", quando aparece a ilustração do personagem *John Snow* (do seriado do canal de TV a cabo *Game of Thrones*).

Figura 22 – Humor e identificação no canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

No exemplo apresentado, se, no lugar de *John Snow*, fosse utilizado um personagem desconhecido do público do canal, não haveria identificação, e, portanto, o humor não seria compreendido.

No vídeo *500 anos em 1 hora / História do Brasil*, publicado no canal Nostalgia, o *youtuber* também utiliza da identificação pessoal para deixar o vídeo divertido. Enquanto explica sobre o tema que será abordado, o *youtuber* cita, como exemplo, oito pessoas que fizeram parte da história no Brasil, como os jogadores de futebol, Neymar Júnior, Ronaldinho, Romário e Pelé, e, também, ex-presidentes do Brasil, Michel Temer, Dilma Rousseff, Lula da Silva e Fernando Henrique Cardoso.

Figura 23 – Humor e identificação – vídeo 500 anos em 1 hora / História do Brasil – canal Nostalgia



NOSTALGIA HISTÓRIA T1 - E4
500 Anos em 1 Hora / História do Brasil

NOSTALGIA HISTÓRIA T1 - E4
500 Anos em 1 Hora / História do Brasil

Fonte: canal Nostalgia – YouTube

No vídeo *O que matou os dinossauros?*, do canal Nostalgia, também observamos a utilização do recurso de identificação para deixar o vídeo divertido. Aos 3 minutos e 48 segundos, o *youtuber* diz: “quando a gente para pra pensar que a Terra tem 4 bilhões e 500 milhões de anos de idade... Mano, a gente simplesmente acabou de chegar aqui no rolê”. Neste caso, a identificação está presente nas gírias “mano” e “rolê”, que são comumente utilizadas entre o público adolescente.

No vídeo *Líquido piranha: ataca tudo o que vê pela frente*, publicado pelo canal Manual do Mundo, observamos a utilização dos recursos de identificação e imitação combinados. Após 1 minuto e 36 segundos, o *youtuber*, ao se vestir com traje de proteção para o experimento, se compara com o personagem fictício Walter White, da série de TV a cabo norte-americana *Breaking Bad*. Em seguida, aos 2 minutos e 4 segundos do vídeo, o *youtuber* cita a frase “Let’s cook”, comumente utilizada por Walter White na série.

Figura 24 – Identificação e humor – canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

A imitação é um recurso utilizado pelo *youtuber* Paulo Jubilut para inserir humor em seus vídeos. Para Bergson (2004), a imitação causa riso, uma vez que o indivíduo que se disfarça é cômico, e a pessoa que se acredita disfarçada também é. No vídeo *Sistema Circulatório*, do canal Biologia Total, já nos primeiros 18 segundos, o professor Paulo Jubilut altera seu tom de voz para imitar um possível aluno. Ele diz: "Ah, mas Jubilut, por que que isso acontece?". Em seguida, aos 3 minutos e 51 segundos, o professor utiliza novamente o recurso de imitação ao narrar uma experiência pessoal. Jubilut imita seu amigo, bombeiro, que atendeu uma vítima de acidente de carro; para isso, altera seu tom de voz e diz: "Jubilut, Jubilut, eu tava ali com o cara, dei uma mexida nele, e em dois minutos ele começou a ficar pálido".

No vídeo *Líquido piranha: ataca tudo o que vê pela frente!*, publicado pelo canal Manual do Mundo, também é utilizado o recurso de imitação para deixar o vídeo divertido. Após comentar que o vídeo irá tratar sobre o líquido piranha, o *youtuber* imita um ataque de peixes piranha, abrindo a boca e mostrando os dentes, como se estivesse abocanhando uma vítima. Neste momento, a câmera dá *zoom* na boca do *youtuber*, o que faz parecer que a boca está maior, em exagero, conforme mostramos na figura a seguir.

Figura 25 – Imitação no canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

No vídeo *500 anos em 1 hora / História do Brasil*, publicado pelo canal Nostalgia, aos 29 minutos e 23 segundos, o *youtuber* imita Dom Pedro I. Para isso, altera seu tom de voz e também sua maneira de falar, adicionando sotaque de português de Portugal em sua fala.

A inserção de recursos visuais e efeitos sonoros complementam o humor nos vídeos analisados nesta dissertação. No vídeo *A Terra é plana?*, por exemplo, aos 43 segundos do vídeo, o *youtuber* diz: “nosso planeta não achou uma variação de formas para escolher, ou achou o mais bonito, que mais realçaria a sua beleza”. Em sincronia com a fala, o planeta Terra é exibido na tela, contudo, ele aparece com um braço, no qual segura um telefone celular para se autofotografar. A animação do planeta Terra se autofotografando enquadra-se no argumento de Comparato (2009), que cita a inadequação como uma tendência que torna algo risível. Neste caso, o humor está na impossibilidade do planeta Terra ter braços e tirar uma fotografia de si mesmo, com um *smartphone*.

Figura 26 – Humor no canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

O *youtuber* Paulo Jubilut também se utiliza da ironia para deixar seus vídeos divertidos. No vídeo *Sistema Circulatório*, aos 8 minutos e 13 segundos, o professor utiliza um tom irônico para explicar sobre as varizes: "só que às vezes essas válvulas não funcionam direito e aí o sangue começa a se acumular em algumas partes das nossas veias, principalmente nas pernas, parabéns, parabéns, você está com varizes!". Podemos observar, neste caso, que a palavra "parabéns" foi utilizada com ironia, uma vez que a pessoa que tem varizes pode sofrer com esse problema, não sendo algo que mereça cumprimentos ou felicitações.

3.4.2 Gravação

No item gravação, apresentaremos os aspectos técnicos utilizados pelos *youtubers* no momento da captação das imagens para o vídeo. Os *youtubers* educacionais analisados nesta dissertação gravam o vídeo utilizando enquadramento em primeiro plano e plano médio e câmera subjetiva, os quais explicaremos a seguir.

3.4.2.1 Primeiro plano, plano médio e câmera subjetiva

Os *youtubers* analisados nesta dissertação gravam seus vídeos utilizando, geralmente, o enquadramento em primeiro plano, e câmera subjetiva, ou seja, olham diretamente para câmera, conforme mostramos na figura a seguir.

Figura 27 – Primeiro plano e câmera subjetiva



Fonte: canal Manual do Mundo, canal Nostalgia, canal Biologia Total – YouTube

Também observamos a utilização de plano médio e do plano geral. Contudo, na maioria do tempo, os *youtubers* se mantêm em primeiro plano, sendo filmados dos ombros para cima, o que contribui para criar uma conexão de intimidade com o espectador.

Como já vimos no decorrer desta dissertação, o plano de conjunto, segundo Mascelli (2010), é quando o plano compreende o personagem e um objeto. Esse plano, portanto, é utilizado para compor mais de um elemento importante para a ação. No vídeo *Como é fabricado o gelo seco*, do canal Manual do Mundo, o plano de conjunto é utilizado para retratar o tamanho dos objetos dispostos no cenário. Nesse exemplo, enquanto o *youtuber* diz: “isso aqui é como se fosse um extintor gigante de gás carbônico, um cilindro imenso cheio de gás carbônico líquido lá dentro”, é exibido um cilindro de gás carbônico dentro de uma fábrica de gelo seco.

No vídeo *Como é feita a goma de mascar*, também do canal Manual do Mundo, o plano de conjunto é novamente utilizado para mostrar o cenário da fábrica. Na imagem em plano de conjunto é exibido um moinho de açúcar, onde o açúcar é moído para ficar mais fino, de tamanho quase imperceptível.

Na figura a seguir, apresentamos a utilização do plano de conjunto nos dois vídeos citados anteriormente.

Figura 28 – Plano de conjunto no canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

Segundo Mascelli (2010), o plano médio apresenta toda a ação em uma área restrita. No vídeo *Como é feita a goma de mascar*, do canal Manual do Mundo, também é utilizado o plano médio, ou seja, quando os objetos são filmados acima dos joelhos ou logo abaixo da cintura.

Figura 29 – Plano médio no canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

3.4.3 Edição

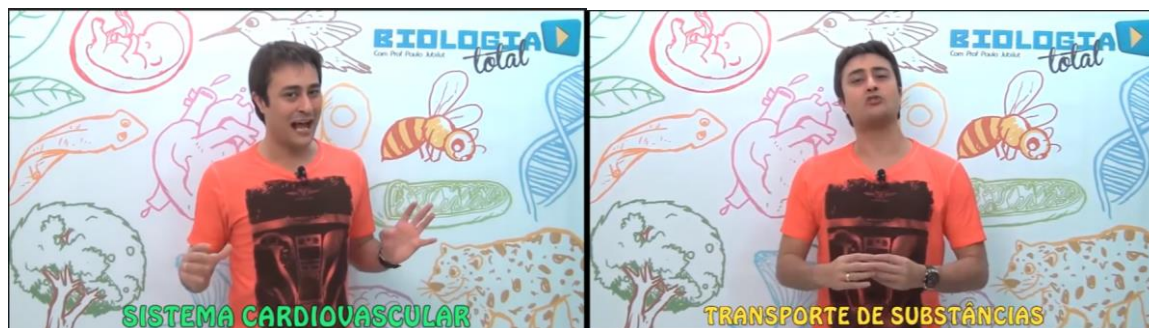
Após a captação das imagens, inicia-se, então, o processo de edição do vídeo. Como vimos durante esta dissertação, editar um vídeo é, essencialmente, tomar uma decisão “sobre a forma como se quer transmitir as mensagens, por meio do processo de escolha das imagens, dos sons, das sonoridades, que ganharão uma determinada lógica de encadeamento e, em consequência, terão um sentido e objetivo” (FAXINA, 2018, p. 265).

Explicaremos, a seguir, os recursos utilizados pelos *youtubers* analisados nesta dissertação, a saber: *lettering*, transição, *jump cuts*, vinheta, cartões e fenômenos sonoros.

3.4.3.1 Lettering

O *lettering*, ou seja, as palavras inseridas nos vídeos, são recursos comuns nos três canais analisados. Por exemplo, no vídeo *Sistema Circulatório*, do canal Biologia Total, a primeira legenda que aparece no vídeo é o nome do professor, logo após a vinheta. Após 1 minuto e 51 segundos, o professor diz, em tom informal "o sistema circulatório hoje recebe um nome mais *chique*, ele é chamado de sistema cardiovascular", então, em sincronia com a locução, são exibidas as palavras "Sistema Cardiovascular" na tela. Aos dois minutos de vídeo, em sincronia com a fala do professor são exibidas na tela as palavras "transporte de substâncias". Aos 2 minutos e 26 segundos, em sincronia com a locução, são exibidas as palavras: "vasos sanguíneos", "artérias", "levar sangue do coração".

Figura 30 – Lettering no vídeo Sistema Circulatório – Canal Biologia Total



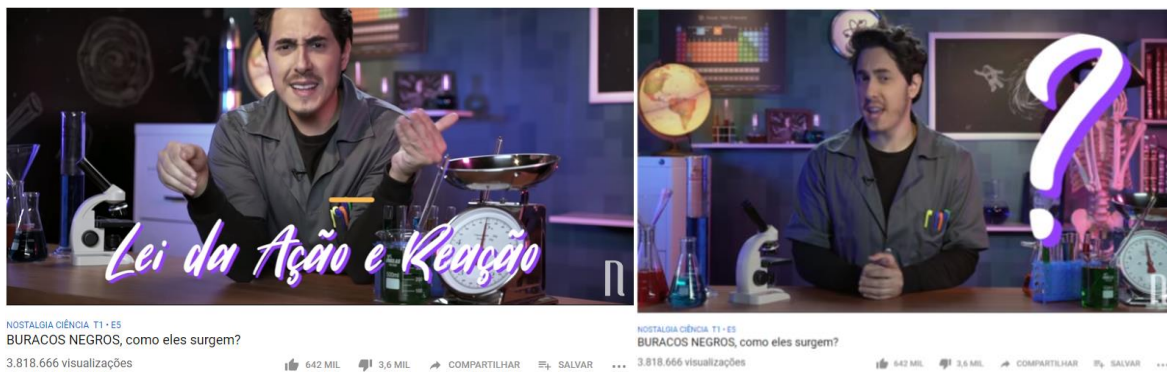
Fonte: canal Biologia Total – YouTube

No vídeo *Como transformar papel alumínio em uma bola de metal*, do canal Manual do Mundo, aos nove segundos, as palavras "bola metálica" aparecem em sincronia com a locução do *youtuber*. Novamente, após 1 minuto e 14 segundos de vídeo, a palavra "maleabilidade" aparece em sincronia com a locução.

No vídeo *Buracos Negros, como eles surgem?*, publicado no canal Nostalgia, além de utilizar o *lettering* para reforçar um termo citado, em sincronia com a locução; o *lettering* também é utilizado para atrair a atenção do espectador para a tela. Aos três minutos e 21 segundos de vídeo, enquanto o *youtuber* diz: "mas, afinal, o que são os

buracos negros?”, é exibido um ponto de interrogação na tela, fazendo uma relação com a pergunta que estava sendo feita.

Figura 31 – Lettering – vídeo *Buracos Negros, como eles surgem?* – canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

Nos vídeos analisados para esta dissertação também é comum a utilização de *lettering* para exibir o nome do *youtuber* e de entrevistados, conforme mostramos na figura a seguir.

Figura 32 – Lettering com nome dos *youtubers* e entrevistados



Fonte: canal Manual do Mundo e canal Nostalgia – YouTube

Após análise dos vídeos disponíveis nos canais selecionados para estudo, identificamos os momentos em que os *letterings* foram utilizados pelos *youtubers*, a saber: a) para reforçar um conceito citado pelo *youtuber*; b) para facilitar a memorização de termos citados pelo *youtuber*; c) para inserir o nome do *youtuber* que está apresentando o vídeo e de entrevistados, tal como é feito em produtos televisivos, quando nome de repórteres e entrevistados é exibido na tela; d) para visualizar um tema desconhecido do aluno; e) para apresentar os créditos da produção do vídeo.

3.4.3.2 Transição

Nos vídeos analisados para esta dissertação, as transições são utilizadas quando há necessidade de trocar de um assunto a outro. No vídeo *Como é feita a goma de mascar*, do canal Manual do Mundo, a transição é utilizada para dividir dois temas. O *youtuber* apresenta sobre os ingredientes que são utilizados para a fabricação da goma de mascar; em seguida entra uma transição, que dura 1 segundo. Em seguida, ele passa a explicar sobre os processos da utilização da goma base. Na figura a seguir, podemos visualizar de que forma a transição é exibida na tela.

Figura 33 – Transição no canal Manual do Mundo

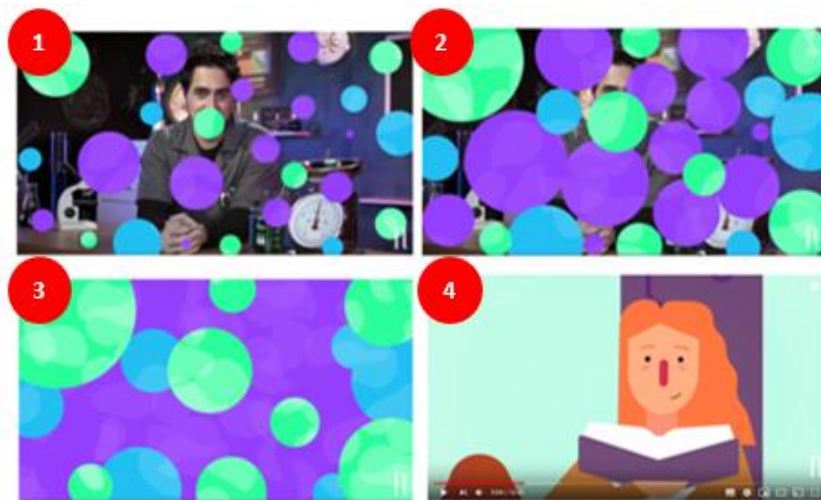


Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

Nesse exemplo foi utilizada a transição denominada de janelas e a íris, que, conforme Mascelli (2010), ocorre quando uma imagem é, aos poucos, substituída por outra sob a forma de uma abertura circular, que aumenta até mostrar a imagem em segundo plano. Esse efeito de transição imita o movimento da íris dos olhos sendo aberta.

No vídeo *Buracos negros, como eles surgem?*, publicado pelo canal Nostalgia, a transição, em formato de bolhas azuis, verdes e roxas, é utilizada para realizar uma transição entre a imagem do *youtuber* e uma animação. A transição, neste exemplo, também possui apenas 1 segundo de duração. O número 1 na figura a seguir mostra o início de efeito de transição, quando ainda é possível visualizarmos o *youtuber* na tela. O número 2 apresenta a tela com um número maior de bolhas. O número 3 mostra o efeito por completo e o número 4, o início da animação. Neste caso, foi utilizada a transição denominada cortina, ou *wipes*, um efeito ótico em movimento, que, neste caso, assumiu a forma de bolhas.

Figura 34 – Transição no canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

3.4.3.3 *Jump cuts*

Como vimos, os cortes têm como objetivo suprimir imagens que não são relevantes e que, por isso, podem ser excluídas sem prejudicar o entendimento do vídeo. O ritmo do vídeo é determinado pelo uso do tempo e do corte: quanto mais rápido o corte, mais dinamismo proporcionará à cena. Portanto, a definição do corte é fundamental para acertar o ritmo adequado ao vídeo. Os videocliques, por exemplo, possuem cortes muito mais rápidos se comparados aos cortes de uma obra cinematográfica.

Conforme Burgess e Green (2009, p. 78), nos vídeos produzidos pelos *youtubers*, as edições são “muitas vezes abruptas e dissonantes, e o áudio é

manipulado por meio de cortes rápidos”. Segundo Dean e Lastufka (2009), os *youtubers* normalmente utilizam cortes bruscos, ou seja, *jump cuts*, para “saltar” no quadro ao cortar de uma frase a outra, de uma cena a outra. Segundo os autores, essa técnica é utilizada para cortar erros, encurtar o comprimento do vídeo ou para criar um efeito cômico. Essa técnica de edição, portanto, consiste em excluir, do vídeo, espaços vazios como as pausas, as respirações e as interjeições, deixando-o apenas com o que é necessário ao aprendizado.

No vídeo *Buracos negros, como eles surgem?*, publicado pelo canal Nostalgia, aos 47 segundos ocorre o primeiro *jump cut*. Na figura a seguir, podemos visualizar que, aos 46 segundos, o *youtuber* é filmado com a cabeça levantada e, aos 47 segundos, com o pescoço inclinado para a frente. Neste caso, o corte brusco, apesar de ter ocorrido dentro de um mesmo plano, interrompeu o movimento do *youtuber*, causando um “pulo” entre os cortes. Podemos supor que o *jump cut* foi utilizado para retirar, do vídeo, alguma pausa desnecessária, com o objetivo de atribuir mais dinamismo à cena.

Figura 35 – Exemplo de *jump cut* no canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

No vídeo *Sistema Excretor*, do canal Biologia Total, o *jump cut* foi utilizado com a finalidade de deixar a cena engraçada. O *youtuber* Paulo Jubilu, filmado em plano médio, questiona o espectador se faz bem ou mal beber muita água em um curto espaço de tempo. Então, aos 18 segundos do vídeo, o *youtuber* é exibido em uma posição diferente, mais próximo da câmera, em enquadramento em primeiro plano, fazendo a pergunta: “Ahm?”. Logo após a pergunta, o *youtuber* retorna à posição

anterior, em plano médio. O corte, neste caso, foi inserido de forma intencional, com a finalidade de atribuir um efeito cômico à cena.

Figura 36 – Exemplo de jump cut no canal Biologia Total



Fonte: canal Biologia Total – YouTube

Nos vídeos analisados para esta dissertação, o *jump cut* é utilizado para criar um efeito cômico e para atribuir mais dinamismo e ritmo às cenas.

3.4.3.4 Vinheta

Durante a análise dos canais Manual do Mundo, Nostalgia e Biologia Total, observamos que os *youtubers* inserem vinhetas em diferentes momentos dos vídeos. As vinhetas, produzidas com imagens (logomarca dos canais), animações, e músicas, atuam com quatro funções: para iniciar o vídeo, para iniciar um bloco de informações, para encerrar o vídeo ou para reforçar a marca do canal.

No quadro a seguir, apresentamos as vinhetas utilizadas nos vídeos analisados do canal Nostalgia, mostrando a duração da vinheta, a descrição e a função que cada uma delas desempenha no vídeo, considerando os conceitos de abertura, passagem, encerramento e institucional propostos por Schiavoni (2008).

Quadro 14 – Vinhetas do canal Nostalgia

VÍDEO	DURAÇÃO	DESCRIÇÃO	FUNÇÃO
Buracos Negros, como eles surgem?	0" a 0'25"	Dois ursos polares conversando sobre o tema que será abordado no vídeo.	Abertura: delimita o início do vídeo.
Buracos Negros, como eles surgem?	1'09" a 1'15"	O <i>youtuber</i> se apresenta, dizendo: "Meu nome é Felipe Castanhari e sejam bem-vindos ao Nostalgia Ciência".	Passagem: delimita o início de um bloco de informações.

		Então, é exibida vinheta específica do quadro Nostalgia Ciência.	
O que matou os dinossauros?	0" a 0'30"	Dois ursos polares conversando sobre o tema que será abordado no vídeo.	Abertura: delimita o início do vídeo.
O que matou os dinossauros?	1'06"	O <i>youtuber</i> se apresenta, dizendo: "Eu sou Felipe Castanhari e seja bem-vindo a mais um Nostalgia Ciência". Então, é exibida vinheta específica do quadro Nostalgia Ciência	Passagem: delimita o início de um bloco de informações.
A Terra é plana? Com Leon e Nilce	0" a 0'28"	Dois ursos polares conversando sobre o tema que será abordado no vídeo.	Abertura: delimita o início do vídeo.
A Terra é plana? Com Leon e Nilce	1'00" a 1'07"	O <i>youtuber</i> se apresenta, dizendo: "Eu sou Felipe Castanhari e seja bem-vindo a mais um Nostalgia Ciência". Então, é exibida vinheta específica do quadro Nostalgia Ciência	Passagem: delimita o início de um bloco de informações.
500 Anos em 1 Hora / História do Brasil	0" a 0'08"	É exibida vinheta específica do quadro Nostalgia História.	Abertura: delimita o início do vídeo.

Fonte: a autora.

Conforme apresentamos no quadro anterior, o canal Nostalgia utiliza, em seus vídeos do quadro Nostalgia Ciência, dois tipos de vinhetas: uma para abertura dos vídeos e outra para delimitar o início de um bloco de informações. A vinheta de abertura dura em média 30 segundos, e mostra uma animação de dois ursos polares conversando sobre o assunto que será abordado no vídeo. O conteúdo da animação, portanto, é alterado de acordo com o tema de cada vídeo. Na figura a seguir apresentamos trechos da vinheta: dois ursos conversando e, em seguida, uma explosão, remetendo ao Big Bang.

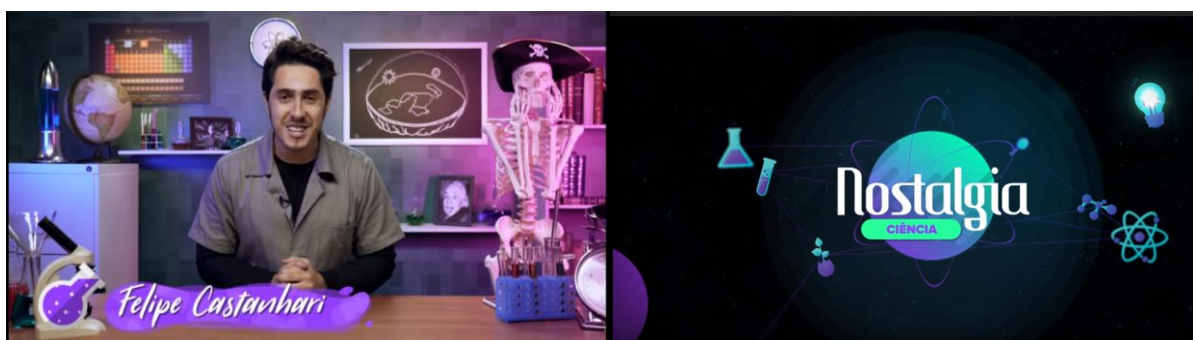
Figura 37 – Vinheta de abertura – Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

O canal Nostalgia também utiliza, nos vídeos do quadro Nostalgia Ciência, uma vinheta com a logomarca do quadro, com a função de delimitar o início de um bloco de informações. Com duração média de sete segundos, ela é exibida após a apresentação do *youtuber*, que tem como padrão a fala: “Eu sou Felipe Castanhari e seja bem-vindo a mais um Nostalgia Ciência”. Na figura a seguir apresentamos o quadro exibido segundos antes da vinheta, composto de *lettering* com o nome do *youtuber*, e a vinheta com a logomarca do canal e do quadro.

Figura 38 – Vinheta de passagem – Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

Enquanto a vinheta do quadro Nostalgia Ciência é composta da logomarca do canal, de elementos que remetem à disciplina de ciências, como um tubo de ensaio, uma lâmpada, uma lupa e um átomo, e com música de fundo que lembra uma experiência científica, a vinheta do quadro Nostalgia História é composta de elementos que representam períodos históricos, como espadas, navios e coroas, com música de fundo instrumental que remete ao período medieval. Contudo, no quadro Nostalgia História, a vinheta é utilizada com função de abertura, sendo inserida no

início do vídeo, ou seja, nos segundos iniciais. Na figura a seguir apresentamos a vinheta específica do quadro Nostalgia História.

Figura 39 – Vinheta de abertura – Quadro Nostalgia História



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

Nos vídeos analisados do canal Biologia Total, a vinheta utilizada é sempre a mesma: em formato de animação, é exibida a caricatura do *youtuber* Jubilut percorrendo o interior de um corpo humano e em seguida um cenário ilustrado que lembra um escritório. Ao final, a caricatura do professor aponta para o título do vídeo. A única alteração na vinheta, portanto, é o título que aparece ao final, que muda de acordo com o tema do vídeo. No quadro a seguir apresentamos as vinhetas utilizadas nos vídeos que analisamos do canal Biologia Total, descrevendo a duração e a função desempenhada por cada uma delas.

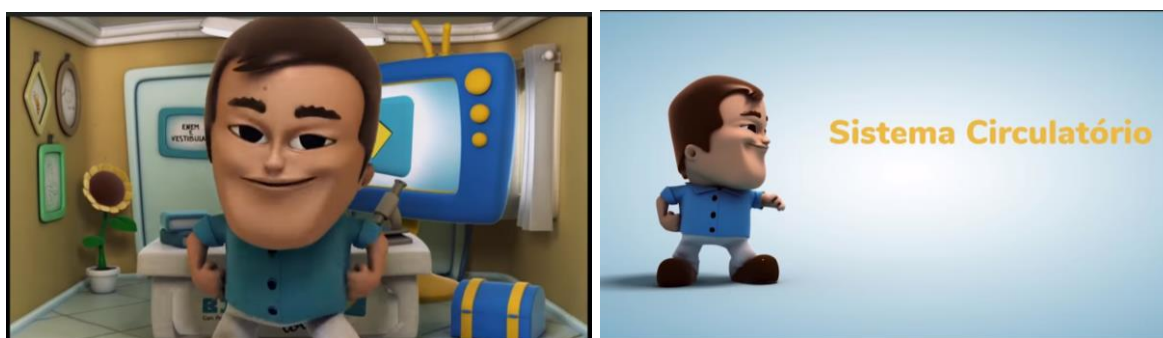
Quadro 15 – Vinhetas do canal Biologia Total

VÍDEO	TEMPO	FUNÇÃO
Sistema Circulatório	1'35" a 1'45"	Passagem: delimita o início de um bloco de informações.
Sistema Excretor	1'40" a 1'50"	Passagem: delimita o início de um bloco de informações.
Núcleo Celular	1'00" a 1'05"	Passagem: delimita o início de um bloco de informações.
Atualidades na Biologia 2017 ENEM	0" a 0'04"	Abertura: delimita o início do vídeo.

Fonte: a autora.

A partir do quadro apresentado, podemos observar que, apesar de utilizar a mesma vinheta em todos os vídeos analisados, o canal Biologia Total opta por inseri-la em momentos distintos: como abertura, para iniciar o vídeo, ou como passagem, para iniciar um bloco de informações. As vinhetas com função de passagem são exibidas após o *youtuber* realizar uma introdução ao tema que será abordado no vídeo e se apresentar, dizendo seu nome, em média após 1 minuto e meio de vídeo. Quanto à vinheta de abertura – utilizada com a função de iniciar o vídeo – tem duração inferior à vinheta de passagem: em média quatro segundos, e é exibida logo no início do vídeo. Na figura a seguir apresentamos trechos da vinheta do canal Biologia Total.

Figura 40 – Vinheta do canal Biologia Total



Fonte: canal Biologia Total – YouTube

O canal Manual do Mundo não utilizou vinhetas nos vídeos analisados para esta dissertação. O título do vídeo e o nome do *youtuber* são exibidos logo no início dos vídeos, sem apoio de vinhetas. Contudo, são utilizadas, com frequência, transições, que mostram a logomarca do canal, para trocar de um tópico a outro do vídeo.

Além de variação no tempo de duração, as vinhetas dos canais analisados são inseridas em diferentes momentos dos vídeos, como: no início, antes do *youtuber* se apresentar e após os minutos iniciais do vídeo, depois que o *youtuber* se apresenta. As vinhetas são produzidas com base no foco do canal ou no quadro a que se refere, ou seja, utilizando elementos que remetem à área ou ao tema que será abordado no vídeo.

3.4.3.5 Cartões

Os cartões são as chamadas, ou seja, os *links* que direcionam o espectador a outro URL, que pode ser para um vídeo ou *playlist*, outro canal disponível na plataforma ou uma pesquisa. No computador, os cartões aparecem do lado direito do vídeo e, em dispositivos móveis, na parte inferior da tela. Após inserir os cartões no vídeo, é possível acompanhar, no YouTube *Analytics*, o relatório de desempenho de cada cartão, ou seja, a quantidade de cliques que cada um deles obteve.

Na tela final, o usuário pode adicionar até quatro elementos, contendo diferentes tipos de conteúdos, como: vídeo ou *playlist*, inscreva-se, *sites* aprovados e canal. O YouTube, em sua página de ajuda, define cada um desses elementos da seguinte forma:

Vídeo ou *playlist*: Exiba o vídeo enviado mais recentemente, permita que o YouTube selecione um vídeo do seu canal que combine com o espectador ou escolha qualquer vídeo ou *playlist* no seu canal ou no seu conteúdo público ou não listado.

Inscreva-se: Estimule inscrições no seu canal.

Sites aprovados: inclua um link para seu site associado ou para sites aprovados de mercadorias e financiamento coletivo. A tela final mostra a imagem do site por padrão, mas você pode dar um título e selecionar uma *call-to-action*.

Canal: promova outro canal e insira uma mensagem personalizada.

Os *youtubers* analisados para esta dissertação inserem, no decorrer dos vídeos, *links*, ou seja, chamadas para outros vídeos disponíveis na plataforma. Em sua maioria, as chamadas são para vídeos do próprio canal, mas também observamos a inserção de *links* para vídeos de outros *youtubers*.

Aos 3 minutos e 57 segundos do vídeo *Como transformar um papel alumínio em bola de metal*, do canal Manual do Mundo, vemos, na parte superior da tela, um *link* para o vídeo *Sugerido: Por que o papel alumínio tem lado fosco?*, exibido enquanto o *youtuber* diz: "você precisa saber porque um lado do alumínio é brilhante e outro é fosco? Eu respondi lá no vlog do Manual do Mundo. Tô deixando o *link* aí, fechou?", conforme observamos na figura a seguir.

Figura 41 – Chamada do canal Manual do Mundo



Fonte: canal Manual do Mundo – YouTube

Também observamos a utilização de cartões em outros vídeos analisados para esta dissertação, os quais apresentamos no quadro a seguir.

Quadro 16 – Inserção de cartões nos vídeos analisados

CANAL	VÍDEO	TEMPO	CARTÃO
Nostalgia	Buracos Negros, como eles surgem?	16'13"	Durante a locução: "e também de assistir a nosso último Nostalgia Ciência sobre a extinção dos dinossauros", aparece, no canto superior direito da tela, um cartão/link que direciona o aluno ao vídeo: "O que matou os dinossauros", do canal Nostalgia.
Nostalgia	A Terra é plana? Com Leon e Nilce	22'22"	Durante a locução: "Não deixe também de conferir o projeto de ciências que eles estão fazendo, que é bem legal", aparece um cartão, na parte superior direita da tela, que direciona o espectador ao vídeo "Aquele vídeo de ciência", do canal Coisa de Nerd, de Leon e Nilce.
Nostalgia	500 anos em 1 hora / História do Brasil	58'59"	O <i>youtuber</i> , enquanto agradece o espectador por ter assistido ao vídeo, pede para que o ajude, clicando na opção "gostei" no vídeo e se inscrever no canal.
Manual do Mundo	Como é feita a goma de mascar	1'14"	Durante a locução: "é a mesma glicose que a gente usa pra fazer vidro falso", aparece um cartão/link no canto superior direito da tela que direciona o espectador ao vídeo "Como fazer vidro falso", do canal Manual do Mundo.
Biologia Total	Sistema Circulatório	39'13"	Cartão para que o espectador se inscreva no canal.
Biologia Total	Sistema Excretor	44'33"	Cartão para que o espectador se inscreva no canal.

Biologia Total	Núcleo Celular	25'40"	Cartão para que o espectador se inscreva no canal.
Biologia Total	Atualidades na Biologia 2017 ENEM	39'22"	Cartão para que o espectador se inscreva no canal.

Fonte: a autora.

Os cartões, portanto, podem ser inseridos em qualquer momento do vídeo: no início, meio ou fim. Além disso, ele pode ser utilizado com a finalidade de: direcionar o espectador a outro vídeo disponível na plataforma YouTube, sendo ele do próprio canal ou não e incentivar o espectador a se inscrever no canal.

3.4.3.6 Sonoplastia

Os *youtubers* analisados nesta dissertação utilizam, a música, os efeitos sonoros e a voz em *off*. Explicamos, a seguir, de que forma esses sons foram utilizados nos vídeos analisados.

3.4.3.6.1 Música

Para apresentarmos de que forma os *youtubers* inserem músicas em seus vídeos, utilizaremos os conceitos de Carvalho (2007), que classifica o ato de ouvir música em três níveis: físico, emocional e intelectual. Como vimos, a forma física refere-se às propriedades de percepção do som: altura, duração, timbre e intensidade. A música, neste caso, é utilizada apenas como fundo da ação, sem que haja um apelo emocional.

Um exemplo do nível físico pode ser explicado com o vídeo *Como é feita a goma de mascar*, publicado pelo canal Manual do Mundo. Aos 16 segundos, a câmera apresenta os processos da fabricação da goma de mascar com uma música de fundo, que permanece durante 4 segundos, sem a voz do *youtuber*. A música, portanto, é utilizada meramente como fundo da ação, contribuindo para que o espectador se concentre no que está sendo apresentado no vídeo. O som permanece em altura média até o *youtuber* voltar a falar, quando então o som diminui ainda mais, de forma a não sobrepor a voz do apresentador e assim dificultar o entendimento do conteúdo.

Também observamos o nível físico no vídeo *Como transformar papel alumínio em uma bola de metal*, publicado pelo canal Manual do Mundo. Após 1 minuto e 36

segundos, é inserida música de fundo enquanto a câmera mostra o *youtuber* trabalhando com a bola metálica. Não há locução durante este trecho, que dura 8 segundos.

Segundo Carvalho (2007), o nível emocional refere-se à criação de uma atmosfera para a ação. Ou seja, é quando a música está, de alguma forma, conectada a uma cena, a uma situação específica. Neste caso, a música contextualiza a cena ou fornece um estado de ânimo ao espectador.

Como exemplo do nível emocional, podemos citar o vídeo *Como transformar papel alumínio em uma bola de metal*, publicado pelo canal Manual do Mundo. Aos 11 minutos e 52 segundos, o *youtuber* pega uma máquina de corte, com o objetivo de cortar, ao meio, a bola de metal que fez no decorrer do vídeo. Ao mesmo tempo, inicia uma música de fundo, no estilo *heavy metal*, que permanece durante 20 segundos, enquanto o *youtuber* corta a bola ao meio. Neste caso, a música faz analogia à força da máquina utilizada ou, então, à força do *youtuber* para dividir a bola em duas partes. Portanto, a música não é utilizada meramente como fundo da cena, uma vez que ela participa da ação, contribuindo na contextualização do conteúdo.

O terceiro nível, segundo Carvalho (2007), refere-se à repetição da música em associação a uma situação específica. Nos vídeos *Buracos negros, como eles surgem?*, *O que matou os dinossauros?* e *A Terra é plana?*, publicados pelo canal Nostalgia, é utilizada a mesma música para apresentar os créditos da produção, causando uma repetição que estabelece o momento da apresentação dos créditos nos vídeos do quadro Nostalgia Ciência. A música inicia quando o primeiro nome da equipe que produziu o vídeo é exibido na tela.

3.4.3.6.2 Efeitos sonoros

Como vimos, nos programas radiofônicos, os efeitos sonoros desempenham as seguintes funções: referencial; programática; descritiva ambiental; e expressiva. (MARTÍNEZ-COSTA e DÍEZ UNZUETA, 2005). No quadro a seguir, fazemos uma relação entre os conceitos apresentados e a utilização dos efeitos sonoros pelos *youtubers* analisados no decorrer desta dissertação.

Quadro 17 – Funções e exemplos de efeitos sonoros

FUNÇÃO	DESCRIÇÃO	EXEMPLO
Referencial	Evocar um som natural, reforçando ou exagerando uma ação.	No vídeo <i>Como é feita a goma de mascar</i> , publicado no canal Manual do Mundo, após 1 minuto e 34 segundos é inserido efeito sonoro de mordida enquanto o <i>youtuber</i> experimenta um pedaço de goma base.
Programática	Indicar/destacar informações da programação.	No vídeo <i>O que matou os dinossauros?</i> , aos 3 minutos e 40 segundos, é inserido efeito sonoro de bolha estourando juntamente com a exibição do <i>lettering</i> "400 mil anos atrás". Neste caso, o efeito sonoro contribui para destacar uma informação.
Descritiva ambiental	Contribuir para a construção de um cenário no imaginário.	No vídeo <i>O que matou os dinossauros?</i> , publicado pelo canal Nostalgia, aos 38 segundos é inserido efeito sonoro de grunhidos de dinossauros enquanto o <i>youtuber</i> diz: "você sabe que há muito tempo, os dinossauros eram os maiores predadores da Terra".
Expressiva	Indicar estados de ânimo.	No vídeo <i>O que matou os dinossauros?</i> , após 1 minuto e 32 segundos, é inserido efeito sonoro de aplausos e plateia gritando, juntamente com a fala do <i>youtuber</i> : "Bem, eu já posso assumir que todo mundo acha dinossauro legal, né? Muito bem. Passamos por essa etapa".

Fonte: a autora.

Os efeitos sonoros, portanto, contribuem para atrair a atenção do espectador ao conteúdo transmitido no vídeo, uma vez que exageram ações da cena, fornecendo humor ao conteúdo; auxiliam na ambientação do espectador, uma vez que colaboram para a construção de cenários; contribuem para que o espectador identifique (de forma visual e auditiva), momentos específicos da programação; e indicam estados de ânimos (como tristeza, alegria, alvoroço, dentre outros).

3.4.3.6.3 Voz

Como vimos, Carvalho (2007) classifica a voz em três níveis. No primeiro nível, está a voz como um som quase não identificável, quando o ouvinte não consegue compreender o seu significado. No segundo nível, estão os diálogos e os monólogos. Nesse nível, o sotaque, a entonação e modo de falar do indivíduo, contribuem para a caracterização de um personagem. No terceiro nível, encontra-se a voz em *off*, que se refere à uma voz descorporizada, ou seja, de um narrador que não é visível no campo visual do espectador. Trata-se da fala que acompanha a imagem de uma gravação, pronunciado por alguém que não aparece em cena.

No vídeo *Sistema Circulatório*, do canal Biologia Total, podemos observar, aos 3 minutos e 50 segundos, uma alteração no tom de voz do *youtuber*, que imita seu amigo, bombeiro, para contar uma história pessoal. A entonação e o modo de falar do *youtuber* contribuem para a caracterização de um personagem, neste caso o bombeiro. Da mesma forma ocorre aos 40 segundos do vídeo *Líquido piranha: ataca tudo o que vê pela frente!*. Após dizer que o vídeo irá tratar sobre o líquido piranha, o *youtuber* imita um peixe piranha, alterando o timbre e a entonação da voz.

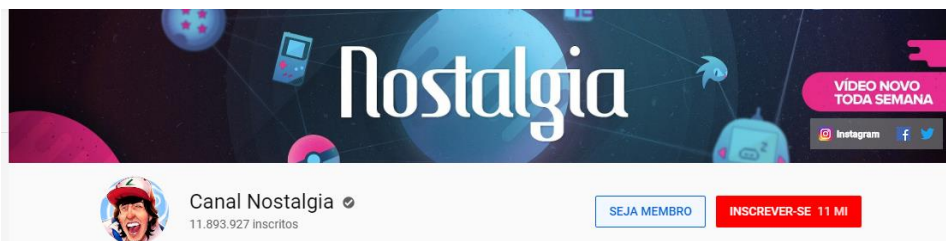
Nos vídeos analisados para esta dissertação, a voz em *off* é utilizada como narração de animações e explicação de imagens, que são exibidas em tela cheia. No vídeo *Buracos negros, como eles surgem?*, publicado pelo canal Nostalgia, a voz em *off* é utilizada para narrar a animação da ilustração de um homem caminhando sobre o planeta Terra. No vídeo *Sistema Circulatório*, do canal Biologia Total, aos 5 minutos e 8 segundos, um esquema que apresenta os vasos sanguíneos do sistema cardiovascular é exibido em tela cheia juntamente com a voz *off* do *youtuber*, que explica o funcionamento das artérias.

3.4.4 Compartilhamento: estratégias de programação dos canais

Dos *youtubers* analisados para esta dissertação, Felipe Castanhari, do canal Nostalgia, e Iberê Thenório e Mari Fulfaro, do canal Manual do Mundo, possuem uma programação definida para publicação de novos vídeos, programação que fica visível na página inicial de cada um dos canais. Já o professor Paulo Jubilut, do canal Biologia Total, não deixa visível os dias de publicação de novos vídeos.

No canal Nostalgia, um vídeo novo é publicado uma vez por semana. No canal Manual do Mundo, vídeos novos são publicados toda terça-feira, e, também, aos sábados, a cada quinze dias, às 11h30. No canal Biologia Total, não há um fluxo de programação pré-definida, como a de outros canais; no entanto, entre os dias 23 e 31 de janeiro de 2019, por exemplo, quatro novos vídeos foram publicados.

Figura 42 – Programação visível no *banner* do canal Nostalgia



Fonte: canal Nostalgia – YouTube

Apesar de estar disponível na Internet, o que possibilita, ao espectador, assistir aos vídeos quando quiser, é importante que o canal conte com uma programação pré-definida, para que o espectador saiba quando novos vídeos serão publicados. Na TV, como vimos, a programação é fixada para que o telespectador crie, como hábito, assistir à televisão. Além disso, uma programação fixa é responsável por criar uma certa relação de afetividade entre a televisão e a audiência.

4 BOAS PRÁTICAS PARA A PRODUÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS EDUCATIVOS NA LINGUAGEM DE *YOUTUBERS*: PRODUTO DA DISSERTAÇÃO

A busca por informações na *web* favoreceu a utilização, por profissionais de educação, do YouTube como ferramenta “para um ensino alternativo e rápido” (SORBELLO, 2017, p. 215). Quando precisamos preparar uma refeição e temos acesso à Internet, por exemplo, podemos pesquisar em *sites* as melhores receitas e formas de prepará-las. Se temos dúvida em algum conceito explicado pelo professor em sala de aula, podemos pesquisar, em livros, revistas, vídeos disponíveis *on-line*, educadores que nos expliquem o tema novamente. Se queremos aprender a costurar, tocar um instrumento musical, maquiar, entre diversas outras atividades, podemos procurar por um vídeo na Internet e nos dedicarmos para alcançar o aprendizado.

Para Gadotti (2005) e Gohn (2010), a mídia, como o YouTube, é um espaço de educação não formal, uma vez que propicia o aprendizado fora das instituições regulamentadas e certificadas por leis, como escolas e universidades. Dessa forma, ao compartilhar e trocar saberes com os espectadores, os *youtubers* participam de um contexto não formal de educação. Isso porque, ao transmitir conhecimentos, o *youtuber* atua em dois movimentos: ensina, mas também aprende (GOHN, 2010).

4.1 EDUCAÇÃO FORMAL, INFORMAL E NÃO FORMAL

Segundo Gadotti (2005, p. 3), a Internet “rompeu com a ideia de tempo próprio para a aprendizagem. O espaço da aprendizagem é aqui, em qualquer lugar; o tempo de aprender é hoje e sempre”. Portanto, além das instituições de ensino formais, os espaços domiciliar e social tornaram-se educativos, uma vez que cada vez mais pessoas buscam, fora das escolas, informações nas redes de computadores interligados, serviços que respondem às suas demandas pessoais de conhecimento. A escola, como informa Orozco Gómez (2014, p. 126), deixou de ser o único lugar de legitimação do saber, uma vez que “existe uma multiplicidade de saberes que circulam por outros canais, difusos e descentralizados”.

É por isso que precisamos romper com a crença de que o aprendizado somente ocorre nas instituições de ensino formais, porque, além das escolas, os meios de comunicação de massa, as diversas tecnologias e as redes sociais também estão educando. O futuro, como argumenta Orozco Gómez (2014, p. 25), vai depender, cada vez mais, da “própria capacidade de aprender do que das opções de ensino das quais se possa participar”. Além disso, segundo o autor, as aprendizagens estão em concorrência, e o “resultado é uma luta para formar os cidadãos. Às vezes, ganha a escola, outras vezes a família, outras ainda a religião. Contudo, faz tempo que quase sempre ganham os meios de comunicação” (p. 25).

Com a mídia, a pessoa “aprende a informar-se, a conhecer – os outros, o mundo, a si mesma – a sentir, a fantasiar, a relaxar, vendo, ouvindo, ‘tocando’ as pessoas na tela” (MORAN, 2015, p. 55). Isso porque, nos meios de comunicação, imagens, sons e textos integram-se em um contexto comunicacional afetivo, que facilita e predispõe a audiência a aceitar mais facilmente as mensagens. A eficácia da comunicação das mídias deve-se, também, “à capacidade de articulações, de superposição e de combinação de linguagens totalmente diferentes – imagens, falas, música, escrita – com uma narrativa fluida” (MORAN, 2015, p. 51).

Para Orozco Gómez (2014), há diversas maneiras para aprender, seja em contextos formais, não formais e informais, e, ao mesmo tempo, muitos cenários para a aprendizagem. A escola, segundo o autor, é apenas mais um cenário dentre tantos outros, e, às vezes, nem sequer é o mais importante.

Hoje em dia, e graças às novas tecnologias de informação, aprende-se em qualquer lugar e a qualquer momento. Não é necessário circunscrever a aprendizagem a determinados lugares sob o teto, nem a certos momentos regulados por horários e sequências de planos de estudo, como é costume dentro dos sistemas educativos. Aprende-se na rua, na vida cotidiana, nos museus, aprende-se no mundo! (OROZCO GÓMEZ, 2014, s.p.).

Gohn (2010) nos explica as diferenças entre a educação formal, não formal e informal. Conforme a autora, a educação formal é desenvolvida nas escolas, com currículos previamente estabelecidos, regulamentados e normatizados por leis, dentre as quais se destaca a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDBEN). Já a educação informal ocorre durante os processos de socialização gerada nas relações

e relacionamentos intra e extrafamiliares. Por fim, na educação não formal, “se aprende no mundo da vida, via os processos de compartilhamento de experiências, principalmente em espaços e ações coletivos cotidianos” (GOHN, 2010, p. 16).

Para Gadotti (2005), a educação formal tem objetivos claros e específicos, e é representada, principalmente, pelas escolas e universidades. Além disso, ela ocorre em meio a estruturas hierárquicas e burocráticas, determinadas por órgãos fiscalizadores dos ministérios da educação. Já a educação não formal é menos burocrática, uma vez que seus programas não precisam, obrigatoriamente, seguir currículos pré-estabelecidos em leis, além de ter duração variável e possuir autonomia para conceder, ou não, certificados de aprendizagem.

Para Gohn (2010), na educação formal os educadores são fundamentalmente os professores. Na informal, os agentes educadores são os pais, os parentes, os amigos, os vizinhos, os colegas da escola, os meios de comunicação de massa, entre outros. Na educação não formal, “há a figura do educador social, mas o grande educador é o outro, aquele com quem interagimos ou nos integramos” (p. 16).

A educação formal ocorre nas escolas, ou seja, em instituições regulamentadas e certificadas por leis. Na educação informal, o aprendizado ocorre na casa onde se mora, no clube que se frequenta, na igreja etc. Já na educação não formal, os espaços educativos “localizam-se em territórios que acompanham as trajetórias de vida dos grupos e indivíduos, fora das escolas, em locais informais, onde há processos interativos intencionais” (GOHN, 2010, p. 17). Para Gadotti (2005), os espaços da educação não formal são, além das próprias escolas – que também podem oferecer educação não formal – as Organizações Não-Governamentais (ONGs), as igrejas, a mídia, as associações de bairros etc.

As metodologias utilizadas na educação formal seguem os conteúdos previamente estabelecidos em leis. Na educação informal, o método é a vivência e a reprodução da experiência, segundo os modos e as formas como foram aprendidas. Já na educação não formal, “o método nasce a partir da problematização da vida cotidiana; os conteúdos emergem a partir dos temas que se colocam como necessidades, carências, desafios, obstáculos ou ações empreendedoras” (GOHN, 2010, p. 46).

No quadro a seguir explicamos as principais diferenças entre a educação formal, informal e não formal, expondo informações quanto à figura do agente

educador, do espaço onde ocorre o aprendizado, da metodologia e da intenção do aprendizado.

Quadro 18 – Diferenças entre educação formal, informal e não formal

	Agente educador	Espaço	Metodologia	Intenção
FORMAL	Professores	Escolas, universidades	Conteúdos previamente estabelecidos em leis	Os alunos e os professores possuem intenção em aprender e ensinar
INFORMAL	Pais, parentes, vizinhos, meios de comunicação de massa	Relações e relacionamentos	Vivência e reprodução da experiência	O aprendizado ocorre sem intencionalidade
NÃO FORMAL	Educador (social ou qualquer indivíduo com quem interagimos ou nos integramos)	Espaços e ações coletivos cotidianos	Temas que se colocam como necessidades	Os alunos e os educadores possuem intenção em aprender e ensinar

Fonte: Adaptado de Gohn (2010) e Gadotti (2005).

A educação não formal vem se consolidando desde as últimas décadas do século 20. E a explicação para isso são as transformações ocorridas na sociedade neste período, como as mudanças na estrutura familiar, que necessitava de novos meios educacionais para atender as crianças enquanto as mães trabalhavam; aumento da demanda de educação para os setores excluídos da escola, como adultos, idosos e mulheres; e o desenvolvimento de novas tecnologias que favoreceram o aprendizado fora dos ambientes escolares (VERCELLI, 2013).

A maioria das aprendizagens atuais, como nos informa Orozco Gómez (2014), resulta das interações com as telas e seus dispositivos tecnológicos e, portanto, uma parte cada vez menor da aprendizagem é desenvolvida por via do ensino, ou seja, pela instrução.

Os canais do YouTube, conforme argumentam García-Galera e Valdivia (2014), constituem contextos não formais de aprendizagem, nos quais se aprende a compor, partilhar, participar e difundir. Em 2009, os pesquisadores Burgess e Green (2009), já comentavam que, além de ser uma plataforma para aprendizado, o YouTube também promovia o compartilhamento de conhecimento sobre todas as coisas, como tocar instrumentos musicais, cozinhar, dançar e jogar *games* de computador.

4.2 YOUTUBE COMO FERRAMENTA DE EDUCAÇÃO NÃO FORMAL

Na educação não formal, a escolha dos temas a serem trabalhados emergem “a partir de temáticas que tenham ligação com a vida cotidiana, que considere a cultura local em termos de seu modo de vida, faixas etárias, grupos de gênero” (GOHN, 2010, p. 51). Os *youtubers* que se dispõem a ensinar pelo YouTube não seguem currículos pré-estabelecidos em leis, como ocorre com os professores na educação formal. Os conteúdos trabalhados nos vídeos surgem, em geral, a partir das solicitações dos usuários da plataforma, ou seja, dos alunos que utilizam o espaço de comentários para sugerir temas para os próximos vídeos.

Como também já exposto, na educação não formal “há uma intencionalidade na ação, no ato de participar, de aprender e de transmitir ou trocar saberes” (GOHN, 2010, p. 18). Os *youtubers*, ao produzirem vídeos educativos para serem compartilhados no YouTube, possuem a intenção de ensinar, de compartilhar conhecimentos. O espectador que busca pelos vídeos educativos, também o faz com uma intenção: alcançar o aprendizado.

Aprendemos mais facilmente quando temos interesse no aprendizado, ou seja, quando possuímos uma motivação intrínseca. Quando percebemos que o aprendizado irá nos trazer vantagens perceptíveis, por exemplo, aprender uma língua para viajar para fora do país, nosso desejo de aprender a língua aumenta, o que pode facilitar o processo de aprendizagem (MORAN, 2015).

Os *youtubers* que produzem vídeos educativos criam seus canais na plataforma YouTube porque possuem: a) intenção de compartilhar seus conhecimentos; b) motivação intrínseca, ou seja, desejo de realizar atividades pelo prazer que elas proporcionam; e c) motivação amadora, isto é, fazer algo por

diletantismo. É o que Shirky (2011, p. 66) comenta sobre o “amor acima do dinheiro”, uma vez que, ao criar seu canal no YouTube e produzir vídeos educativos independentes, ou seja, conforme o conceito de Nikolic (2017), produzidos fora do sistema de estúdio e com financiamento independente, receber um pagamento não é o principal objetivo.

Os *youtubers*, em sua maioria, iniciam seus canais no YouTube de forma amadora, ou seja, sem conhecimentos técnicos avançados de produção e edição de vídeos e equipamentos de produção audiovisuais profissionais. Além disso, a motivação para produzir vídeos é intrínseca, ou seja, a atividade é realizada simplesmente porque o indivíduo possui diletantismo a ela. O propósito inicial, portanto, não é comercial, e sim a satisfação de necessidades pessoais.

No entanto, em virtude do incentivo da plataforma YouTube, que oferece pagamento por parte do lucro obtido pela veiculação de publicidade nos vídeos, a atividade pode se transformar de entretenimento para fonte de trabalho. Dessa forma, o *youtuber* educacional inicia seu canal no YouTube com o propósito de compartilhar seus conhecimentos, com o objetivo de educar, de forma não formal, espectadores que acessam a plataforma YouTube à procura de informações sobre determinado tema. É a partir da experiência adquirida dia após dia, realizando a produção, gravação, edição e compartilhamento dos vídeos, que ele adquire habilidades técnicas necessárias para aprimorar a qualidade de seus conteúdos.

Ser um criador de conteúdo educacional que compartilha vídeos em um canal na plataforma YouTube, não exige, do educador, habilidades técnicas avançadas de produção e edição de vídeo. Contudo, é necessário possuir habilidades na criação de conteúdo original, tendência confessional e de autopromoção, uma vez que deve se comprometer a estar visível para a comunidade e até mesmo a um público mais amplo, além de estar disposto a pesquisar ferramentas e técnicas para edição dos vídeos (BURGESS; GREEN, 2009).

A seguir, apresentaremos boas práticas para a produção, gravação, edição e compartilhamento de vídeos com foco educativo na plataforma YouTube de acordo com os aspectos apresentados da linguagem dos *youtubers*. As boas práticas destinam-se a quaisquer indivíduos, sendo eles amadores ou profissionais nas técnicas de produção, gravação, edição e compartilhamento de vídeos na plataforma YouTube, mas que possuam a intenção de compartilhar conhecimentos em um canal

utilizando os aspectos da linguagem dos *youtubers*. As boas práticas, portanto, enquadram-se nos argumentos de Moletta (2009), que nos informa que, para produzir e compartilhar vídeos em um canal da plataforma YouTube, é necessário, além de dominar determinados equipamentos técnicos, ter domínio da linguagem do meio.

Considerando que os canais do YouTube constituem contextos não formais de aprendizagem, para apresentar as boas práticas, no lugar de “*youtuber*” utilizaremos o termo educador, proposto por Gohn (2010) para definir o agente educativo no contexto da aprendizagem não formal. Por sua vez, para nos referirmos ao usuário da plataforma YouTube, que busca por conhecimentos nos canais de *youtubers* educacionais, utilizaremos o termo espectador, uma vez que o YouTube, como já citamos no decorrer desta dissertação, é uma mídia audiovisual, que desenvolveu sua linguagem tendo como referência aspectos das linguagens cinematográfica e televisiva, nas quais as audiências figuram como espectadores e telespectadores.

4.3 PRODUÇÃO

A primeira etapa para ser um educador no contexto de aprendizagem não formal de um canal na plataforma YouTube, é conhecer a plataforma e as ferramentas que ela dispõe para criação e compartilhamento de conteúdo. Esse contato inicial com o *site* faz parte do que Orozco Gómez (2014) chama de alfabetização múltipla, que consiste em ter habilidades básicas para interagir com as telas e com os outros. Portanto, antes de qualquer ação, é importante que o educador acesse a plataforma e interaja com os recursos disponíveis.

Após conhecer as ferramentas disponíveis, o educador deverá planejar e estruturar o seu canal na plataforma. Para isso, faz-se necessário definir o público-alvo, ou seja, a qual perfil de espectador os vídeos irão se destinar e, também, o foco do canal, isto é, qual tema será abordado nos vídeos publicados. A seguir explicamos essas etapas.

4.3.1 Definição do público e foco do canal

Antes de iniciar a gravação do vídeo, o educador deve analisar o cenário em que deseja atuar, ou seja, definir qual será o foco do seu canal e também a audiência

esperada, ou seja, o perfil de espectador que pretende atingir. Os vídeos podem discorrer sobre diversos assuntos, oscilando, conforme Burgess e Green (2009), entre instrumentos musicais, gastronomia, maquiagem, biologia, matemática, finanças, idiomas, enfim, diversas possibilidades.

Como vimos, o YouTube incentiva a participação de criadores de conteúdo amadores, que iniciam seus canais na plataforma agindo pelo prazer, em função de suas paixões e afinidades ao tema (FLICHY, 2016). Assim, o ponto de partida para definir o foco do canal educacional é se questionar acerca de seus gostos, paixões, e, também, sobre os temas que domina. O *youtuber* Iberê Thenório, do canal Manual do Mundo, por exemplo, apesar de possuir formação acadêmica em jornalismo, criou seu canal com foco em ciências e tecnologia. Portanto, se o educador atua como professor de matemática, mas, no fundo, é apaixonado por livros, pode criar um canal de literatura, por exemplo.

Após definir o foco do canal, é necessário estabelecer o público-alvo que se pretende atingir. Isso porque, como nos informa Orozco Gómez (2014), assim como cada material impresso supõe um leitor ideal, um produto televisivo ou radiofônico, por exemplo, também implica um perfil de audiência. A questão-chave, portanto, é que o canal educativo se dirija ao perfil ideal de espectador, para que a audiência encontre concordância entre o que é produzido, o objetivo da produção e a quem se pretende atingir.

Para definição do público-alvo do canal, ou seja, do perfil dos espectadores que irão assistir aos vídeos, pode-se estabelecer questões como: “qual a faixa etária dos espectadores?”; “quais são as principais ocupações dos espectadores?”, “quais são seus *hobbies* e interesses?”, dentre outras. Responder a essas perguntas irá contribuir para a criação de conteúdo na linguagem do público, além de prever conteúdos que interessem aos espectadores.

Para compreender o perfil do público que assiste aos vídeos, a plataforma YouTube disponibiliza ferramentas para que o criador de conteúdo acompanhe estatísticas de acesso a seu canal. As estatísticas, definidas pela plataforma como YouTube *Analytics*, ficam disponíveis no canal e divulgam informações acerca: do consumo de conteúdos, como quantidade de visualizações e tempo de permanência em cada vídeo publicado; o tipo de dispositivo que o espectador utilizou para assistir ao vídeo, se *tablet*, computador, celular, consoles de jogos ou TV; área geográfica na

qual o vídeo está sendo assistido por um número maior de pessoas; a quantidade de inscritos no canal, que pode ser filtrada por período; a quantidade de espectadores que avaliaram o vídeo, sendo as opções disponíveis “gostei” e “não gostei”; além de saber quantos espectadores compartilharam o vídeo em outras redes sociais, como Facebook.

Essas informações podem contribuir para que o educador analise criticamente o tempo de seus vídeos: se estão longos ou curtos demais; se os conteúdos são de interesse dos espectadores; se a linguagem está adequada ao perfil do espectador, tanto quanto à faixa etária quanto à localização geográfica. Dessa forma, o educador tem subsídios para estipular estratégias para melhorar as estatísticas do canal.

4.3.2 Montagem do cenário

Após definir o público-alvo, pode-se iniciar a organização do cenário em que as imagens serão captadas. O cenário irá depender do foco do canal educacional. Como vimos, o canal Manual do Mundo, por exemplo, incentiva a participação dos indivíduos no chamado Movimento *Maker*. Por isso, o cenário usado desde 2014 representa uma oficina mecânica.

Portanto, para ensinar inglês, por exemplo, o cenário pode mostrar uma estante de livros da língua inglesa. Para ensinar passo a passo de maquiagem, pode-se utilizar um estúdio de maquiagem, com balcões que armazenam os produtos e os deixe à mostra, além de um espelho e lâmpadas. Também é comum a utilização de espaços residenciais, como o dormitório, a sala de estar, ou um escritório, que contribuem para criar uma conexão de intimidade com o público (BERZOSA, 2017; BURGESS; GREEN, 2009).

O cenário contribui para a construção de uma identidade do canal. Dessa forma, mesmo atuando timidamente, como fundo de cena, ou participando da comunicação, o cenário faz com que o espectador se identifique com o canal, contribuindo para a criação de intimidade entre educador e espectador.

Com o cenário estruturado, o educador inicia, então, a etapa de roteirização do vídeo.

4.3.3 Roteirização do vídeo

O roteiro é a forma escrita de um projeto audiovisual. Conforme Comparato (2009), a elaboração de um roteiro não é a garantia de um bom vídeo. Um bom vídeo, por sua vez, com certeza não existe sem um bom roteiro. Para Field (2001), a construção do roteiro de uma obra cinematográfica, por exemplo, envolve a elaboração de três atos: ato 1 (início), ato 2 (meio) e ato 3 (fim).

O educador que deseja compartilhar seus conhecimentos na plataforma YouTube pode criar o roteiro de seu vídeo com base nessa mesma concepção, contudo, adaptando-o conforme a linguagem específica do meio. O início do vídeo – entre 2 segundos a 2 minutos, aproximadamente – pode ser destinado à apresentação, na qual o educador diz seu nome e faz uma breve introdução ao tema que será abordado no vídeo. Nesse momento, o educador pode utilizar-se de recursos como *letterings*, animações, figuras e efeitos sonoros, que contribuam para ambientar o espectador acerca do tema que será apresentado.

O *lettering* é utilizado, nesse momento, para exibir o nome do educador, e também o título do assunto do vídeo. Se o tema a ser abordado no vídeo for, por exemplo, como utilizar vinhetas em vídeos, pode-se exibir o *lettering* “Como utilizar vinhetas”, em sincronia com a fala. Nesse exemplo, o *lettering* reforça, ao espectador, o tema que será abordado no vídeo.

Os efeitos sonoros também contribuem, nesse momento inicial do vídeo, para ambientar o espectador. No vídeo sobre a utilização de vinhetas, por exemplo, o educador, enquanto cita o exemplo do famoso “plim plim” da rede Globo, poderá inserir esse efeito sonoro de fundo. Também pode-se exibir, nesse momento de apresentação, a vinheta do canal – seja nos primeiros segundos do vídeo ou após a apresentação do educador e do tema – para estabelecer a abertura do vídeo.

Os minutos iniciais do vídeo, portanto, são produzidos para ambientar o espectador a respeito do assunto que será apresentado, para despertar a curiosidade da audiência, e criar uma conexão emocional com o público. Como vimos, podemos determinar, já nos primeiros minutos de vídeo, mesmo que de forma consciente ou inconsciente, se gostamos ou não do vídeo, se temos interesse no assunto que será tratado, e se continuaremos a assisti-lo.

No meio do vídeo, definido por Field (2001) como ato 2, ocorre a exposição e a explicação do tema. Nesse momento, o educador pode utilizar-se de recursos como

efeitos sonoros, *letterings*, animações, figuras e voz em *off*, por exemplo, para gerar entendimento e manter a atenção da audiência. As informações devem ser exploradas de forma a sustentar o argumento inicial.

Ao final do vídeo, definido por Field (2001) como ato 3, o educador pode-se utilizar de recursos como *letterings*, efeitos sonoros, figuras, vinheta, música, cartões, que contribuam para o fechamento do vídeo, ou seja, para a explicação final acerca do tema. Os *letterings*, por exemplo, podem ser utilizados pelo educador para citar, ao final do vídeo, sobre a importância do espectador se inscrever no canal, avaliar o conteúdo assistido em “gostei” e também compartilhar o vídeo em outra rede social, como no Facebook. Além de *letterings* com: “compartilhe”, “curta” e “inscreva-se”, exibidos em sincronia com a locução, também podem ser utilizadas figuras (ícones) que remetam às palavras exibidas e às ferramentas disponíveis na plataforma YouTube, como a flecha remetendo à ação de compartilhar o conteúdo; sinal de positivo remetendo à ação de curtir e ícone do YouTube, remetendo à ação de inscrever-se no canal.

O roteiro, portanto, estrutura o conteúdo que será abordado no vídeo em início, meio e fim. Além disso, prevê as inserções de efeitos sonoros, *letterings*, figuras e animações, vinhetas e cartões. Com o roteiro, o educador planeja o conteúdo e os recursos que serão exibidos no vídeo.

4.3.3.1 Informalidade

Para a elaboração do roteiro, o educador deve priorizar a linguagem informal, ou seja, a linguagem coloquial, como se estivesse dialogando com o espectador. Isso porque, conforme expõe Mayer (2009), as pessoas aprendem melhor quando as palavras estão em estilo conversacional em vez de estilo formal. Além disso, como vimos, na educação não formal, os espaços educativos não são hierarquizados e burocratizados como nas escolas da educação formal. Dessa forma, o contato entre o educador e o aluno ocorre como um diálogo, no qual predomina a linguagem coloquial.

A linguagem informal contribui, também, para que o educador estabeleça empatia com o espectador. No rádio, como vimos durante esta dissertação, os apresentadores utilizam linguagem popular, simples e direta, destacando o modo de vida da população, para criar empatia com a audiência. Portanto, o educador, ao ter

definido o perfil ideal de espectador a que se dirige em seus vídeos, pode-se pautar em fatores linguísticos, como origem geográfica, escolarização, gêneros, entre outros, para elaborar seu conteúdo. Isso porque, quanto mais se aproximar da linguagem utilizada pelo público, mais identificação haverá entre o espectador e o conteúdo.

Além disso, conforme expõe Moran (2015, p. 54), o vídeo explora “o ver, o visualizar, o ter diante de nós as situações, as pessoas, os cenários, as cores, as relações espaciais”. O ver, segundo o autor, apoia o falar, o narrar, o contar histórias. Dessa forma, o vídeo deve se aproximar de como as pessoas se comunicam no cotidiano, habitualmente (MORAN, 2015). No vídeo, portanto, a fala do educador deve se aproximar do modo como as pessoas se comunicam no dia a dia. Para isso, podem ser utilizadas gírias e expressões presentes no contexto do público, que por ser uma linguagem simples, direta e descontraída, possibilita uma aproximação entre os interlocutores.

Como vimos, o *youtuber* Paulo Jubilut, do canal Biologia Total, por exemplo, dirige-se, principalmente, a um público adolescente, que está se preparando para prestar o vestibular. Em virtude disso, faz uso de gírias, como: “bagaça”, “bóra” e “rolê”, e de expressões como “tá manjando”, “papinho de vó”, “forçar a barra”, “indo pro saco”, dentre outras, para criar uma conexão de intimidade com o público jovem. Neste caso, a gíria, por ser um recurso linguístico relacionado aos adolescentes e jovens, pode facilitar a interação e a compreensão de conteúdos.

4.3.3.2 Humor

Além da informalidade, outro elemento que deve ser considerado pelo educador ao elaborar o roteiro do vídeo é o humor. Para Berzosa (2017), a principal vantagem de utilizar o humor nos vídeos educativos é que ele contribui para quebrar a distância entre espectador e educador, criando uma empatia que predispõe quem está assistindo a aprender.

O humor pode ser veiculado tanto pela fala quanto pelos gestos. Dessa forma, para despertar o riso no espectador, o educador pode-se utilizar de recursos, como: exagero, inadequação, imitação e identificação. O exagero refere-se à ampliação da característica de algum indivíduo ou situação. O educador pode-se utilizar deste recurso para destacar conceitos importantes do conteúdo, como: “é *muuuuuuito*

importante que vocês saibam isso”, ou para enfatizar situações, inserindo efeitos sonoros que contribuam para exagerar uma ação.

A inadequação, por sua vez, é quando uma pessoa ou um objeto é colocado ou se coloca em uma posição constrangedora. Um exemplo de inadequação é quando ocorre um erro de gravação do vídeo, deixando constrangido algum integrante da equipe de produção.

O educador também pode-se utilizar da imitação para causar o riso no espectador. A imitação pode ser utilizada, por exemplo, durante um relato de experiência, no qual o educador imita uma pessoa que passou por determinada situação. Neste caso, é necessário que o educador altere seu tom de voz ou modo de falar, incluindo ou não gestos, que contribuam para a interpretação em frente à câmera.

No entanto, para causar o riso, o humor deve contemplar elementos que façam parte do contexto de um determinado grupo social, uma vez que o espectador precisa se identificar com a situação apresentada. Não haverá o riso se o espectador desconhecer a referência utilizada pelo educador. Portanto, o educador pode-se utilizar de fatos atuais para criar identificação com o público e, ao mesmo tempo, causar o riso no espectador. Citar personagens de produtos televisivos, como seriados; exemplificar conteúdos a partir de temas polêmicos do cotidiano; e relatar experiências pessoais são exemplos de ações que criam identificação e proximidade entre educador e espectador, predispondo a audiência ao riso.

4.4 GRAVAÇÃO

Com o roteiro elaborado, inicia-se, então, a gravação do vídeo. O educador que não possui uma câmera profissional, pode realizar a captação das imagens por meio de equipamentos amadores, como um *smartphone*. Além disso, a utilização de um tripé – suporte de três pés ou escoras, sobre o qual podem ser apoiados diferentes tipos de objetos – também é importante, uma vez que confere estabilidade à imagem (CALABRESE, 2017).

4.4.1 Enquadramento em primeiro plano e plano médio

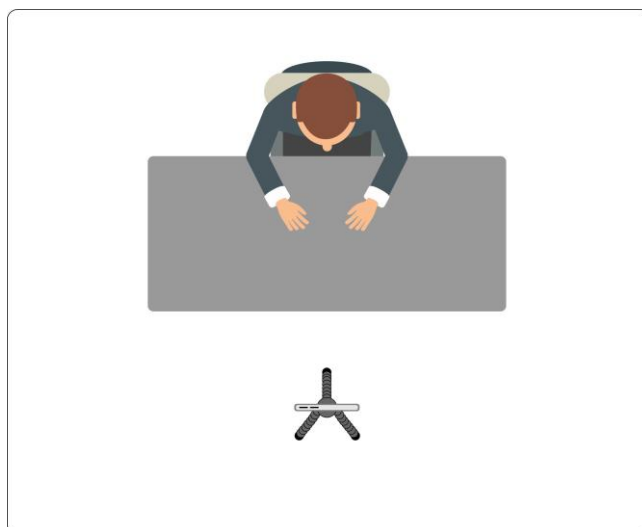
O enquadramento é determinado a partir da distância entre a câmera e o educador. O plano mais próximo é o *close*, e o mais afastado, o plano geral. Quanto mais próximo o plano, mais afetividade, intensidade e foco a cena irá proporcionar ao espectador. Dessa forma, o primeiro plano e o plano médio são os planos que conferem maior concentração do espectador, evitando que ele disperse o olhar durante o vídeo.

No primeiro plano, o educador é filmado dos ombros para cima. Este plano é o mais comum entre os *youtubers* analisados para esta dissertação, como Iberê Thenório, do canal Manual do Mundo, e Felipe Castanhari, do canal Nostalgia. Ao ser filmado em primeiro plano, a câmera exhibe sutilezas de expressão, como desvio de olhares e leves sorrisos. Dessa forma, quando o educador é apresentado em primeiro plano, o relacionamento entre educador e espectador fica mais próximo.

O plano médio, que se refere à filmagem do indivíduo da cintura para cima, também é utilizado com frequência entre os *youtubers*, como é o caso de Paulo Jubilut, do canal Biologia Total. O plano médio também permite uma conexão de intimidade entre educador e espectador, uma vez que, neste enquadramento, é possível notar os gestos e as expressões faciais com mais proximidade.

Assim, tanto o primeiro plano quanto o plano médio permitem a criação de intimidade entre educador e espectador, uma vez que esses planos mostram, com proximidade, a expressão e os gestos do educador. A figura a seguir, extraída de Mascelli (2010), mostra como a câmera ou o *smartphone* podem ser posicionados para que o educador se mantenha no enquadramento em primeiro plano. O tripé, que apoia o *smartphone* ou a câmera, deve ser posicionado em frente ao educador, a uma distância que o mostre acima da cintura (plano médio) ou dos ombros (primeiro plano).

Figura 43 – Posição da câmera na gravação do vídeo



Fonte: Adaptado de Mascelli (2010).

Ao posicionar a câmera para a gravação do vídeo, o educador, portanto, pode-se utilizar do primeiro plano ou do plano médio, uma vez que estes enquadramentos contribuem para que haja aproximação entre educador e espectador. Os enquadramentos em primeiro plano e plano médio, segundo Mascelli (2010), facilitam a gravação do plano subjetivo, quando o educador olha diretamente para a câmera.

4.4.2 Câmera subjetiva

A câmera subjetiva é quando o público participa da ação na tela, ou seja, quando a câmera se torna os olhos do personagem, fazendo com que o espectador veja o que o personagem está vendo. Portanto, enquanto ocorre a gravação do vídeo, o educador deve manter fala direta com o espectador, olhando para a câmera, por meio de câmera subjetiva.

A câmera subjetiva é utilizada, por exemplo, em telejornais – quando o apresentador fala olhando diretamente para a câmera, com o objetivo de criar uma conexão de intimidade com o telespectador –, e nos comerciais televisivos, quando o garoto-propaganda olha diretamente para a câmera a fim de estabelecer um diálogo com o consumidor, atraindo atenção ao produto apresentado. O uso do plano subjetivo coloca o educador em relação direta e individual com o espectador.

4.5 EDIÇÃO

Após a captação das imagens inicia-se o processo de edição e compartilhamento do vídeo. É nessa etapa que o educador, ou um editor terceirizado, insere, conforme orientações descritas no roteiro, recursos como música, efeitos sonoros, vinhetas, *lettering*, cartões, transições e voz em *off*.

Para a edição do vídeo, o educador pode contar com a ajuda de *softwares*. Faxina (2018) destaca o *Final Cut* da Apple, o Cinelerra para plataforma Linux, o Vegas da Sony e o Premiere da Adobe para a plataforma Windows. *Softwares* gratuitos, como *Windows Movie Maker*, *VirtualDub*, *Wax5*, *Movica* e *Wondershare Filmora* também podem ser utilizados. Contudo, nesta dissertação não abordaremos a utilização dos *softwares* para edição do vídeo, uma vez que iremos nos ater aos recursos inseridos pelos *youtubers* durante a edição do vídeo.

4.5.1 Sonoplastia

Como vimos, a sonoplastia contempla a música, os efeitos sonoros e a voz. A música atua de três formas em um vídeo: 1) meramente como fundo de cena, para concentrar, em sua totalidade, a atenção da audiência ao conteúdo exposto; 2) como melodia conectada a uma situação, contribuindo para a atmosfera da cena que, dependendo da música, proporciona um tom triste, alegre, melancólico, entre outros; e 3) como tema musical associado a uma situação específica, repetindo-se em vários momentos do vídeo.

O educador pode-se utilizar da música como fundo de cena para apresentar procedimentos, etapas, ou seja, quando há a necessidade de atenção integral do espectador. Nesse caso, a música deve se manter em volume mais baixo que a locução, para não prejudicar o entendimento do conteúdo.

O educador também pode utilizar a música quando houver a necessidade do espectador se identificar de forma emocional com o conteúdo do vídeo. No capítulo 3, vimos que o *youtuber* Iberê Thenório, do canal Manual do Mundo, utilizou uma música no estilo *heavy metal* para apresentar o procedimento de corte da bola metálica que fez durante o vídeo. Neste caso, a música fazia uma analogia à força da máquina de

corde e também do *youtuber*, uma vez que ficou explícita a dificuldade de serrar a bola ao meio.

A música também pode se repetir durante o vídeo, o que contribui para que o espectador identifique momentos específicos da programação. O educador, portanto, pode inserir a mesma música nas vinhetas, nas transições e também nos créditos de produção, criando um padrão audiovisual dos vídeos publicados em seu canal.

Já os efeitos sonoros podem ser inseridos com o objetivo de deixar o vídeo mais divertido à audiência, reforçando ou exagerando uma ação; para atrair a atenção do espectador ao *lettering* que está sendo exibido na tela e para auxiliar na construção de imagens sensoriais, quando a imagem do objeto ou personagem não é exibida na tela. Vimos, no capítulo 3, que o *youtuber* Felipe Castanhari, do canal Nostalgia, utilizou efeitos sonoros de dinossauros grunhindo, enquanto comentava que os dinossauros foram os maiores predadores da Terra.

Contudo, um dos problemas na utilização de músicas e efeitos sonoros nos vídeos é quanto aos direitos autorais dos sons. Em diversos trechos do livro “YouTube e a Revolução Digital”, Burgess e Green (2009) discorrem sobre as discussões acerca da presença de conteúdos no YouTube que violam os direitos autorais. Os autores nos informam, por exemplo, que usuários tiveram seus vídeos excluídos da plataforma por inserirem músicas de artistas sem autorização em seus vídeos.

Para evitar a violação de direitos autorais nos vídeos publicados pelos usuários, a plataforma YouTube disponibilizou uma biblioteca de áudio, que oferece músicas e efeitos sonoros para que os criadores de conteúdo possam realizar o *download* gratuito e os utilizar livremente em seus vídeos. Na biblioteca de áudio, podemos utilizar filtros que facilitam a busca pela música ou efeito sonoro desejado, sendo eles: a) **gênero**: alternativo e *punk*, ambiente, clássico, *country* e popular, *dance* e eletrônica, feriado, hip hop e rap, infantil, *jazz* e *blues*, pop, R&B e *soul*, *reggae*, rock e trilha sonora de cinema; b) **humor**: brilhante, calmo, com raiva, dramático, escuro, feliz, inspirado, romântico, triste e vibrante; c) **instrumento**: bateria, contrabaixo, cordas, guitarra, órgão, piano, sintetizador, trompete e violão; e d) **duração**: menos de trinta segundos, de trinta segundos a 1 minuto, de 1 minuto a 1 minuto e meio, e assim em diante, até no máximo 5 minutos de duração.

Na biblioteca de efeitos sonoros, estão disponíveis as seguintes categorias: água, alarmes, ambientes, animais, armas, colisões, desenhos animados, doméstico,

emergência, escritório, esportes, ferramentas, ficção científica, *foley*¹, multidão, portas, previsão do tempo, transportes e vozes humanas. Podemos citar como exemplos de efeitos sonoros disponíveis para *download*: choro de criança, corpo caindo, batida de carro, mesa sendo organizada, passos distantes na floresta etc.

Já o som captado pela câmera no momento da gravação, ou seja, o som direto, refere-se à fala do educador, ou seja, à voz. Vimos, no capítulo 2, que a voz pode ser classificada em três níveis. O primeiro nível refere-se aos sons que o ouvinte quase não consegue compreender.

O segundo nível, por sua vez, contempla os diálogos e os monólogos. Neste caso, os aspectos físicos da voz, como a entonação, o sotaque, os modos de falar, dentre outros, contribuem para caracterizar um personagem. O educador, portanto, pode-se utilizar dessas características para deixar o vídeo lúdico. Alterar a voz, por exemplo, deixando-a mais grave ou mais aguda, contribui para imitar um personagem ao relatar uma experiência pessoal. Além disso, a entonação também pode ser modificada para atrair a atenção do espectador a um determinado conceito, como ao citar que tal assunto é “muuuuito” importante.

Já o terceiro nível refere-se à voz em *off*, que se trata da utilização da voz descorporizada, ou seja, da voz de um narrador que não é exibida no campo de visão do espectador. O educador pode-se utilizar da voz em *off* para explicar figuras exibidas em tela cheia e também como narração de animações. Conforme Mayer (2009), as pessoas aprendem melhor quando figuras e animações, por exemplo, são apresentadas com narração do que somente com texto na tela. Isso porque figura e narração utilizam-se da visão e da audição, o que complementam a aprendizagem. Por sua vez, figura acompanhada de texto na tela utiliza-se apenas de um canal, a visão, o que causa sobrecarga de informações.

4.5.2 Vinheta

Como vimos, nos meios de comunicação de massa, como o rádio e a televisão, a vinheta é utilizada para que espectador ou ouvinte identifique a emissora (como Rede Globo, SBT, Record, Band News, CBN), e os programas veiculados pelas

¹ Conforme nos informa Faxina (2018), *foley* é a reprodução de efeitos sonoros complementares de um filme, vídeo ou de outros meios audiovisuais, inseridos para melhorar a qualidade do vídeo. O *foley* engloba sons, por exemplo, de bater de portas, vidro quebrando, dentre outros.

emissoras (como Fantástico, Globo Repórter, MasterChef Brasil). A vinheta é de curta duração, no máximo 30 segundos, e se utiliza do recurso de repetição e da economia de elementos para facilitar a memorização da audiência.

Nos vídeos do YouTube, o educador pode-se utilizar da vinheta tanto como um recurso de identificação – do canal ou de um quadro específico veiculado pelo canal – quanto para organizar o tempo e os conteúdos do vídeo, determinando o início ou o encerramento do vídeo, e também o início/fim de um bloco de ideias. Segundo Mayer (2009), segmentar o conteúdo contribui para a aprendizagem do espectador, uma vez que as pessoas aprendem melhor quando as informações são apresentadas de forma segmentada em vez de uma forma contínua.

As vinhetas, como vimos, são classificadas em quatro formas: abertura, passagem, encerramento e institucional. A vinheta de abertura marca o início do vídeo, sendo exibida antes mesmo que o educador se apresente ao espectador, ou seja, é a primeira informação a ser apresentada. O objetivo da vinheta de abertura, portanto, é apresentar, ao espectador, o tema que será abordado no vídeo e, também, que o vídeo é veiculado por um determinado canal da plataforma YouTube.

Por sua vez, a vinheta de passagem é inserida após a introdução ao tema e a apresentação do educador, estabelecendo o fim do ato 1 (início) e o início do ato 2 (meio). A vinheta de passagem tem duração mais curta que as outras vinhetas, uma vez que tem como principal objetivo segmentar o conteúdo, para que o espectador compreenda quando ocorre a finalização da introdução ao tema e inicia, enfim, a explicação do assunto.

A vinheta de encerramento é inserida ao final do vídeo. O educador pode-se utilizar dessa vinheta para inserir, sobreposta a ela, os créditos da produção com música de fundo. Já a vinheta institucional dura poucos segundos, no máximo 2, e tem como objetivo mostrar a logomarca do canal. Ela pode ser inserida em diversos momentos do vídeo, quando há a intenção de finalizar um tópico para iniciar outro, ou seja, funcionando, também, como forma de segmentação do conteúdo.

4.5.3 *Lettering*

Como informa Mayer (2009), as pessoas aprendem melhor quando, nos materiais, são inseridos destaques para informações importantes. O educador,

portanto, pode-se utilizar dos *letterings*, ou seja, das palavras que aparecem na tela, para atrair a atenção do espectador a um determinado conteúdo.

Como vimos, dependendo do momento em que são exibidos nos vídeos, os *letterings* desempenham funções diferentes. No início do vídeo, considerado por Field (2001) como ato 1, o *lettering* é inserido para apresentar o tema que será tratado no vídeo, o nome do educador ou de entrevistados e, também, conceitos e palavras complicados ou desconhecidos da audiência que contribuem para ambientar o espectador acerca do assunto que será abordado no vídeo.

Após a introdução do tema e a apresentação do educador, ou seja, no meio do vídeo, definido por Field (2001) como ato 2, o *lettering* passa a desempenhar a função de reforço a um conteúdo. Portanto, nesse momento, o educador pode-se utilizar desse recurso para apresentar conceitos desconhecidos da audiência e para atrair a atenção do espectador a um determinado conteúdo exposto no vídeo.

Ao final do vídeo, considerado por Field (2001) como ato 3, o educador pode-se utilizar do *lettering* para solicitar que o espectador compartilhe ou curta o vídeo e inscreva-se no canal. Para isso, podem ser apresentadas as palavras Compartilhe, Curta e Inscreva-se em sincronia com a fala do educador. O educador também pode-se utilizar do *lettering* para apresentar uma frase de despedida e os créditos da produção do vídeo.

4.5.4 Cartões

Como vimos, os cartões referem-se às chamadas, ou seja, aos *links* utilizados para direcionar o espectador a outro vídeo ou *playlist* do canal ou de outro canal disponível na plataforma YouTube, a um *site* previamente aprovado.

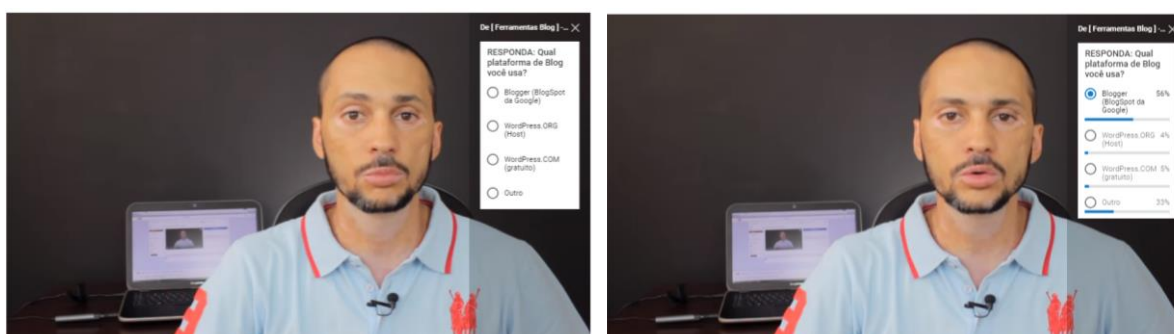
O educador pode incluir um *link* para um canal que queira destacar entre seus espectadores. Este tipo de cartão, por exemplo, pode ser utilizado para agradecer algum canal pela contribuição dele ou realizar uma recomendação. Como vimos, o canal Nostalgia, para agradecer aos *youtubers* Leon e Nilce por terem participado do vídeo *A Terra é plana?*, inseriu um cartão sugerindo ao espectador um vídeo do canal Coisa de Nerd, de Leon e Nilce.

O cartão também pode ser inserido para direcionar o espectador a um *site* previamente aprovado pela plataforma. O *link*, por exemplo, pode direcionar o espectador a uma sugestão de leitura, que complemente a informação do tema que

está sendo apresentado, ou, também, ao *blog* do educador, no qual ele pode manter atualizado com materiais complementares.

O cartão também pode direcionar o espectador a uma pesquisa, facilitando a interação entre educador e espectador. Ao clicar sobre o cartão, é aberta, na mesma tela do vídeo (sem que o vídeo seja pausado), uma pergunta ao espectador, que pode ser acompanhada de até cinco alternativas de resposta. Ao responder à pergunta, ou seja, ao selecionar uma das alternativas, o espectador visualiza, ainda na mesma tela, a porcentagem de respostas de cada uma das alternativas após a interação de outros espectadores. Esse recurso não foi utilizado nos vídeos analisados nesta dissertação, portanto, apresentamos, a seguir, imagens do canal [Ferramentas Blog] – YouTuber Expert, que mostra a utilização do cartão de pesquisa e como ele é exibido ao espectador.

Figura 44 – Exibição do cartão Pesquisa no YouTube



Fonte: canal [Ferramentas Blog] – YouTuber Expert.

O cartão de pesquisa, portanto, possibilita ao educador um contato direto com o espectador. Com ela, o educador pode questionar a opinião dos espectadores acerca de algum tema que queira tratar no próximo vídeo, por exemplo.

4.5.5 Transições

Como vimos, a transição, ou seja, a substituição de um plano por outro, é inserida nas obras cinematográficas quando há a necessidade de assegurar a fluidez da narrativa, quando não há continuidade lógica, temporal ou espacial entre as cenas. Como vimos, existem diversos tipos de transições, sendo elas: fusão, *fade-out*, *fade-in*, mudança de plano por corte, chicote e janela e a íris.

A fusão refere-se à substituição de um plano por outro a partir da sobreposição de uma imagem que é exibida sobre a precedente. O *fade-out* caracteriza-se por uma fusão, quando uma imagem é substituída, de forma gradual, por outra imagem, do preto para outra cor. O *fade-in*, por sua vez, é quando a tela preta revela, gradativamente, uma imagem.

Já a transição denominada mudança de plano por corte, refere-se à substituição brusca de imagem por outra. O chicote, por sua vez, ocorre quando uma imagem passa à outra por meio de uma panorâmica. A transição janelas e a íris ocorre quando uma imagem, pouco a pouco, é substituída por outra sob a forma de uma abertura circular, que aumenta ou diminui, imitando a íris dos olhos.

A transição denominada dissolução refere-se à mistura de uma cena a outra. Esse tipo de transição é utilizado para suavizar uma mudança de cena, evitando um corte brusco ou abrupto. Já as transições definidas como cortinas, também chamadas de *wipes*, é quando uma cena parece “empurrar” a outra para fora da tela. O movimento da cortina pode ser vertical, horizontal ou diagonal, além de movimentos circulares, giratórios, que assumem formas de estrelas, chamadas, luzes, buracos de fechadura, naipes de baralho etc.

As transições, assim como as vinhetas, também podem ser utilizadas pelo educador como forma de segmentação do conteúdo, delimitando o início ou o fim de um bloco de informações. Antes de iniciar uma animação com voz em *off*, por exemplo, o educador pode utilizar uma transição para indicar, ao espectador, o começo da exibição de um recurso do vídeo.

4.5.6 *Jump cuts*

Segundo Mayer (2009), os indivíduos aprendem melhor quando são excluídas, do vídeo, informações desnecessárias, como textos, imagens e sons sem relevância ao aprendizado. Portanto, a exclusão de pausas e respirações, por exemplo, contribui para a aprendizagem, uma vez que atribui características de imediatismo, dinamismo e ritmo ao vídeo, além de indicar passagem de tempo.

O educador, ao editar seu vídeo para um canal no YouTube, pode-se utilizar da técnica de *jump cut*, ou seja, do corte brusco, para excluir períodos inexpressivos das cenas, proporcionando mais dinamismo às cenas. Esse corte é assim

denominado uma vez que, por ser arritmado, gera um pulo perceptível entre dois planos e causa, no espectador, a impressão de que há ação na cena.

Enquanto realiza a gravação do vídeo, o educador, de forma intencional, também pode induzir a ocorrência de *jump cuts*. Para isso, o educador pode-se movimentar com frequência pelo cenário, aproximando-se ou afastando-se da câmera, ou seja, mudando os planos da câmera do primeiro plano ao plano médio, erguer os braços, mexer as mãos, e alterar a posição da cabeça, para que, quando houver o corte, ocorra um desencontro perceptível entre os planos, gerando um *jump cut*.

Ao apresentar um ritmo acelerado e dinâmico, o vídeo se aproxima do cotidiano da audiência. Isso porque, como vimos, ao assistir a um filme no cinema, o espectador suspende o social, uma vez que se dirige à seção do cinema com a finalidade de assistir ao filme. Por sua vez, os programas televisivos e radiofônicos acompanham o ritmo de vida do telespectador, privilegiando a brevidade. Portanto, vídeos disponíveis no YouTube devem considerar o ritmo de vida acelerado do espectador, excluindo informações desnecessárias, como pausas e respirações.

4.6 COMPARTILHAMENTO DO VÍDEO NA PLATAFORMA

Com o vídeo finalizado, após os processos de gravação e edição, o educador pode iniciar a etapa de compartilhamento. É nesse momento que o educador adiciona ações ao vídeo, como selecionar a categoria ao vídeo, dentre: animais, automóveis, ciência e tecnologia, comédia, educação, entretenimento, esportes, filmes e desenhos, guias e estilo, jogos, música, notícias e política, pessoas e blogs, sem fins lucrativos/ativismo e viagens e eventos.

Também é possível escolher entre deixar ou não a opção para que os espectadores avaliem o vídeo como “gostei” e “não gostei”. O YouTube possibilita que o educador escolha como devem ser exibidos os comentários no vídeo. É possível permitir a exibição de todos os comentários, sem revisão; reter os comentários possivelmente impróprios para revisão; reter todos os comentários para revisão e desativar a possibilidade de comentários.

Também é possível escolher entre permitir ou não que os espectadores contribuam inserindo títulos, descrições, legendas e CC traduzidos nos vídeos. Além disso, a ferramenta disponibiliza a opção de definir se o vídeo será público, ou seja, visível a todos os usuários da plataforma, ou se será privado à comunidade.

4.6.1 Programação

Como vimos durante esta dissertação, é importante que o canal possua uma programação estabelecida para manter a audiência expectante. Os *youtubers* analisados publicam vídeos em seus canais, por exemplo, entre uma a três vezes por semana. Essa periodicidade de publicação favorece o envolvimento do educador com o público, uma vez que o YouTube, tal como a TV, elabora sua programação com o objetivo de estabelecer um hábito no telespectador, motivando-o a acompanhar as publicações do canal.

Além disso, o contato frequente com o educador – apesar desse contato ocorrer, em geral, apenas por vídeo – contribui para que haja uma conexão afetiva entre educador e espectador. Isso porque, como vimos, ao assistir à televisão, por exemplo, acompanhando os programas favoritos pelo menos uma vez por semana, o telespectador cria uma relação familiar com os sujeitos apresentados na tela.

Portanto, o educador deve planejar, em um cronograma, a periodicidade da publicação de novos vídeos em seu canal. Dessa forma, além de poder organizar sua agenda, o educador elabora seu conteúdo com antecedência, mantendo o canal atualizado conforme a expectativa da audiência.

Ao planejar com antecedência a publicação de seus vídeos, o educador consegue, por exemplo, preparar conteúdos considerando datas comemorativas, lançamento de filmes ou temporadas de seriados, eventos históricos, como aniversário de um ano de algum acidente ou criação de um produto revolucionário, ou seja, de situações nas quais o espectador identifique-se com o que está sendo apresentado. Portanto, para que ocorra essa identificação, é necessário que o conteúdo esteja relacionado ao cotidiano do público.

Como vimos, o YouTube possibilita, através do espaço para comentários, que os próprios espectadores sugiram temas a serem trabalhados nos próximos vídeo do canal. O educador pode-se utilizar dessas sugestões para elaborar as pautas de suas

próximas produções, e assim atender às necessidades de conhecimento relatadas pelos próprios espectadores. Isso porque, conforme Gohn (2010), na educação não formal, os conteúdos não são organizados de acordo com temáticas pré-estabelecidas em leis, como nas escolas e universidades, os temas emergem a partir de assuntos que se colocam como necessidades de um determinado grupo social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desta dissertação foi apresentar boas práticas para a produção e compartilhamento de vídeos educativos na plataforma YouTube considerando os aspectos da linguagem utilizada por *youtubers* educacionais. Assim, definimos como um dos objetivos específicos identificar aspectos das linguagens radiofônica, cinematográfica, televisiva e da Internet, uma vez que consideramos que cada nova mídia absorve aspectos de mídias já consolidadas para construir sua própria linguagem. Como vimos, o YouTube é uma nova mídia, que tem como principais produtores e difusores de informações os *youtubers*.

Em seguida, realizamos as etapas de análise de conteúdo – metodologia de análise de dados qualitativos – para identificar os aspectos da linguagem dos *youtubers*, especificamente dos canais Biologia Total, Manual do Mundo e Nostalgia, selecionados para estudo com base no ranking disponível no *site* Social Blade. No mês de outubro de 2018, esses canais apareciam entre os 250 *youtubers* com maior número de inscritos no mundo. Depois, apresentamos as características que identificamos na linguagem dos *youtubers*, dividindo-as entre as etapas de produção, gravação, edição e compartilhamento.

Com base no que apresentamos durante esta dissertação, concluímos que é possível, a um educador sem habilidades técnicas e equipamentos profissionais de gravação, iniciar seu canal educativo na plataforma YouTube. Dessa forma, seria interessante um estudo futuro acerca da utilização das boas práticas por um educador, para avaliar os recursos apresentados e a efetividade de aprendizagem.

Também pretendemos, como estudo futuro, analisar a implantação da linguagem dos *youtubers* em vídeos educativos para educação a distância, principalmente por instituições que destinam parte de sua carga horária ao ensino médio a distância. Isso porque, conforme a Resolução nº 3, de 21 de novembro de 2018, que atualiza as Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio, o uso da educação a distância (EAD) está autorizado em até 30% da carga horária para os cursos noturnos; 20% para os diurnos e até 80% para os de Educação de Jovens e Adultos (EJA).

Apesar da necessidade de aprovação dos conselhos locais para implantação da prática, as instituições de educação que ofertam ensino médio podem iniciar a elaboração de estratégias para utilização das características da linguagem dos *youtubers* nos vídeos destinados aos currículos em educação a distância.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Editora Elsevier, 2006.

ANDERSON, Chris. **Makers**: a nova revolução industrial. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

ANTOS, Roberto E; ROSSETI, Regina. (orgs). **Humor e Riso na cultura Midiática**: variações e permanências. São Paulo: Paulinas, 2012. 221p.

AZEREDO, José Carlos de. **Fundamentos de gramática do português**. 5ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEAVER, Frank Eugene. **Dictionary of film terms**: the aesthetic companion to film art. New York: Peterlang, 2006.

BECHARA, E. **Moderna gramática portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. *In*: **Obras escolhidas**. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Ed. Brasiliense, v. 1, 1986.

BERGSON, Henri. **O riso**: Ensaio Sobre a Significação da Comicidade. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

BERZOSA, Millán. **YouTubers y otras species**: El fenómeno que há cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales. Barcelona: Editorial Ariel, 2017.

BOURDIEU. Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a revolução digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. Polity Press, 2009.

CALABRESE, Cristina. **Become a YouTuber**: Build Your Own YouTube Channel. Wiley, 2017.

CARDOSO, João Batista Freitas. **A semiótica do cenário televisivo**. São Paulo: Annablume; Fapesp, USCS – Universidade de São Caetano do Sul, 2008.

CARREIRA, K. O que Aprender com um Youtuber com Canal com Muitos Inscritos e Visualizações: Reflexões sobre Mídia Propagável, Comunidades de Fãs e Reputação. *In*: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, **Anais Eletrônicos**. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2155-1.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2017.

CARRIÈRE, Jean-Claude. **A linguagem secreta do cinema**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2015.

CARVALHO, M. A trilha sonora do Cinema: proposta para um “ouvir” analítico. **Caligrama** (São Paulo. Online), v. 3, n. 1, 27 abr. 2007.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro**. São Paulo: Summus Editorial, 2009.

CONSANI, Marciel. **Como usar o rádio na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2007.

DEAN, Michael W.; LASTUFKA, Alan. **YouTube**: An Insider's Guide to Climbing the Charts. O'Reilly Media, 2009.

DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

EDGAR-HUNT, Robert; MARLAND, John; RAWLE, Steven. **A Linguagem do Cinema [Série Fundamentos de Cinema]**. Editora Bookman, 2013.

FAXINA, Elson. **Edição de áudio e vídeo**. Curitiba: InterSaberes, 2018.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FERREIRA, Maria Helena. **Língua Portuguesa: sujeito, leitura e produção**. São Paulo: Blucher, 2018.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

FILATRO, Andrea. **Design Instrucional na Prática**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

FLICHY, Patrice. Internet, um mundo para os amadores. *In* FLICHY, Patrice; FERREIRA, Jairo; AMARAL, Adriana. **Redes digitais: um mundo para os amadores. Novas relações entre mediadores, mediações e mídiatizações**, 2016. Disponível em: http://www.midiaticom.org/pdf/redes_digitais_um_mundo_para_os_amadores_flychy_ferreira_amaral.pdf#page=15. Acesso em: 28 jul. 2018.

GADOTTI, Moacir. A questão da educação formal/não-formal. **Sion: Institut Internacional des Droits de 1º Infant**, 2005. Disponível em: <http://www.ceap.br/material/MAT26052010212813.pdf>. Acesso em: 16 out. 2018.

GARCÍA-GALERA, M.; VALDIVIA, A. (2014). Prosumidores mediáticos. Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios. **Comunicar**, XXII(43), 10-13. Doi: 10.3916/C43-2014-a2.

GOHN, Maria da Glória. **Educação não formal e cultura política: impactos sobre o associativismo do terceiro setor**. São Paulo: Cortez, 2011.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Educomunicação: Recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. Editora Paulina, 2014.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro Para As Novas Mídias: Do Cinema Às Mídias Interativas**. São Paulo: Senac, 2003.

HA, Louisa. **The audience and business of YouTube and online vídeos**. Lexington Books, 2018.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques: o que o jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006.

InsightSamba. **Como pessoas e empresas produzem e divulgam seus vídeos na Internet?**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/2SgFnmf>. Acesso em: 31 jan. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JULIO, Karina Balan. **Manual do Mundo e o desafio de ser relevante além do YouTube**. Meio & Mensagem, 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/11/08/manual-do-mundo-e-o-desafio-de-ser-relevante-alem-do-youtube.html>. Acesso em: 05 fev. 2019.

KAPLÚN, Mario. **Produccion de programas de radio**. Editorial Quipus – Quito, Ecuador, 1999.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2006.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2005.

LITTO, Frederic Michael; FORMIGA, Manuel Marcos Maciel. **Educação a distância: o estado da arte**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.
MACHADO, Arlindo. *In* DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

MACHADO, Arlindo. O cinema do cotidiano?. *In* **Rebeca Revista Brasileira de Estudos de Cinema e Audiovisual**, 2017. Disponível em: <https://rebeca.socine.org.br/1/article/view/475/263>. Acesso em: 20 jul. 2018.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas e pós-cinemas**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2014.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. Editora Dinalivro, 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **A comunicação na educação**. São Paulo: Contexto, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MASCELLI, Joseph V. **Os Cinco Cs da Cinematografia**: Técnicas de filmagem. Summus Editorial, 2010.

MATTAR, João. YouTube na educação: o uso de vídeos em EAD. *In Congresso da Associação Brasileira de Educação a Distância*. São Paulo, 2009. **Anais eletrônicos** - Disponível em: <http://www.pucrs.br/ciencias/viali/recursos/online/vlogs/YouTube.pdf>. Acesso em: 9 ago. 2018.

MAYER, R. E. (2009). **Multimedia learning**. New York: Cambridge University Press.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 8ed. Cultrix, 1996.

MOLETTA, Alex. **Criação de curta-metragem em vídeo digital**. São Paulo: Summus, 2009.

MOLETTA, Alex. **Fazendo cinema na escola**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

MONTAÑO, Sonia. **Plataformas de vídeo**: apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade. Porto Alegre: Sulina, 2015.

MOURA, Denilda. **Os múltiplos usos da língua**. Maceió, EdUfal, 1999.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MORAN, José Manuel. **Novas tecnologias e mediação pedagógica** [livro eletrônico]/José Manuel Moran, Marcos T. Masetto, Marilda Aparecida Behrens – Campinas, SP. Papirus, 2015.

NAPOLITANO, Marcos. **Como usar a televisão em sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2008.

NAPOLITANO, Marcos. **Como usar o cinema em sala de aula**. São Paulo: Contexto, 2015.

NIKOLIC, Vladan. **Independent filmmaking and digital convergence: transmedia and beyond**. New York: Routledge, 2017.

OLIVEIRA, Mayara Fior. Raccords e faus raccords e a construção do discurso na montagem cinematográfica. **Dissertação de mestrado**. Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHAMALO, Jesús. **Técnicas de comunicação pelo rádio: a prática radiofônica**. Edições Loyola, 2005.

PARRY, Roger. **A ascensão da mídia: a história dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Google**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PATRIOTA, Luciane Maria. **A gíria comum na interação em sala de aula**. São Paulo: Cortez, 2009.

PATTON, M. Q. **Qualitative Research & Evaluation Methods**, Londres, Sage, 2002.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense: 2012.

SCHIAVONI, Jaqueline Esther. Vinheta: uma questão de identidade na televisão. **Dissertação de mestrado**. Programa de Pós-graduação em Comunicação Midiática, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, 2008.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SORBELLO, Bianca Del Bianco. YouTube: a TV online como ferramenta educacional. In CHIARIONI, Bruno; LOBATO, José Augusto; BIEGING, Patricia. **Mídia, experiência e interação**: leituras críticas sobre a comunicação. São Paulo: Pimenta Cultural, 2017.

SOUZA, Suyanne Tolentino. Aprendizagem na cibercultura por meio de e para o audiovisual. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, v. 14, n. 26 (2017). Disponível em: <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/925/462>. Acesso em: 16 mai. 2019.

TERRA, Ernani. **Linguagem, língua e fala**. São Paulo: Scipione, 2008.

Think with Google. (Setembro de 2017). Pesquisa Video Viewers 2017: Disponível em: https://www.thinkwithgoogle.com/_qs/documents/2990/twg_graphics_video_viewers_1.pdf. Acesso em: 14 jun. 2018.

VERCELLI, Ligia. **Educação não formal**: campos de atuação. Jundiaí, Paco Editorial: 2013.

WEINBERGER, David. **Everything Is Miscellaneous**: The Power of the New Digital Disorder. Nova York: Times Books, 2007.

YIN, Robert K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

ZUINI, Priscila; LELLIS, Gabriel. Jovem mostra que é possível ganhar dinheiro com vídeos na internet. **Revista Pequenas empresas e Grandes Negócios**, 2015. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Mundo-digital/noticia/2015/04/jovem-mostra-que-e-possivel-ganhar-dinheiro-com-videos-na-internet.html>. Acesso em: 05 fev. 2019.

ANEXO A – ANÁLISE DOS VÍDEOS

Canal: Nostalgia

Vídeo: A Terra é plana? Com Leon e Nilce.

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0" a 0'29"	Vinheta		Vinheta para iniciar o vídeo
34"	Interação com a tela		Durante a locução: "a Terra é achatada", o <i>youtuber</i> achata, com as mãos, a ilustração do planeta Terra exibido na tela.
44"	Animação		Animação do planeta Terra tirando uma selfie.
56"	Lettering		Lettering com o nome do <i>youtuber</i> em sincronia com a locução.
1'00"	Vinheta		Vinheta específica do quadro Nostalgia Ciência.
2'41"	Lettering		Lettering com o nome do <i>youtuber</i> convidado: Leon Martins.
2'47"	Lettering		Lettering com o nome da <i>youtuber</i> convidada: Nilce Moretto.
3'15"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
3'52"	Identificação		Aparece a ilustração de John Snow, do seriado <i>Game of Thrones</i> .
5'05"	Lettering		Em sincronia com a locução é exibido na tela: Fernão de Magalhães.
05'06"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
5'35"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar ao <i>youtuber</i> em primeiro plano.
5'52"	Lettering	Efeito sonoro	Em sincronia com a locução é exibido Aristóteles na tela, que é inserido juntamente a um efeito sonoro de bolha estourando.
06'01"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
6'31"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar ao <i>youtuber</i> em primeiro plano.
6'51"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
7'25"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar ao <i>youtuber</i> em primeiro plano.
7'31"	Lettering		Durante a locução: "a gente sabe que essa circunferência é 40.008 km do Equador", é exibida, na tela, a ilustração do planeta Terra e o número 40.008 km.
10'48"	Imagem	Voz em off	Imagem da Terra é exibida em tela cheia.
10'50"	Imagem		Durante a locução: "Mas como a gente disse, os terraplanistas estão sempre falando que essas imagens feitas da Terra não são válidas porque elas teriam sido feitas com aquelas famosas lentes olho de peixe, que produzem as imagens arredondadas", são exibidas fotografias tiradas com lente olho de peixe.

13'08"	Imagem		Durante a locução: "um bom exemplo disso é o eclipse lunar. Diferente do eclipse solar, o lunar acontece quando o sol projeta a sombra da Terra na Lua", é exibida uma imagem de um eclipse lunar.
21'59"	Lettering		Esse foi o Nostalgia Ciência Terra Plana. Se você curtiu esse vídeo e essas duas pessoas maravilhosas, por favor deixe o seu gostei aqui embaixo, porque ajuda demais com a divulgação. Se inscreva aqui no canal, se inscreva também dos meus queridos amigos Leon e Nilce
22'22"	Cartão		Durante a locução: "Não deixe também de conferir o projeto de ciências que eles estão fazendo, que é bem legal", aparece um cartão, na parte superior direita da tela, que direciona o espectador ao vídeo "Aquele vídeo de ciência", do canal Coisa de Nerd, de Leon e Nilce.
23'03"	Lettering	Trilha sonora	Créditos da produção do vídeo.

Canal: Nostalgia

Vídeo: Buracos negros, como eles surgem?

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0" a 0'25"	Vinheta		Iniciar o vídeo.
0'36"	Lettering		<i>Lettering</i> Buraco Negro em sincronia com a locução.
0'37"	Transição		Efeito de transição para imitar um buraco negro.
0'42" a	Figuras		Inserção, em sincronia com a locução, de figuras representando cada um dos planetas citados pelo <i>youtuber</i> .
0'55"	Efeito sonoro		Efeito sonoro de carro freiando, em sincronia com a fala: "para entender porque isso acontece, a gente tem que parar pra olhar o buraco negro".
1'00"	Lettering		Ponto de interrogação, exibido junto com a fala: "pra tentar entender também porque ele é tão assustador".
1'06"	Lettering		Apresentação do nome do <i>youtuber</i> : Felipe Castanhari, juntamente com a locução: "Meu nome é Felipe Castanhari e sejam bem-vindos ao Nostalgia Ciência".
1'09"	Vinheta		Vinheta específica do quadro Nostalgia Ciência.
1'31"	Lettering		As palavras "Compartilhe", "Curta" e "Inscreva-se" são exibidas em sincronia com a fala.
2'41"	Lettering		As palavras: "É ótimo" são exibidas em sincronia com a fala: "E isso, galera, é ótimo!"
2'50"	Efeito sonoro	Animação	Efeitos sonoros de portas fechando em sincronia com a locução: "Quando você finge ter todas as respostas você fecha uma porta. A porta da investigação, a porta da pesquisa, e do insaciável desejo de conhecer o desconhecido."
3'16"	Lettering	Ilustração	É exibida, em sincronia com a fala, a ilustração de um rosto com expressão desesperada e uma placa de atenção, com a seguinte mensagem: "Fique longe de um buraco negro. Castanhari, Felipe."
3'35"	Lettering		Em sincronia com a locução, é inserida a frase na tela: "Fantasma de uma estrela".

3'53"	Transição		Transição em formato de bolhas para cortar de um assunto a outro. Após a transição inicia uma animação.
3'54"	Animação		Animação mostrando Isaac Newton sentado próximo a uma árvore, lendo um livro. Uma maçã cai na cabeça de Newton.
4'21"	Lettering		Em sincronia com a locução, aparece na tela: "Lei da Gravidade
4'22"	Animação		Animação explicando a lei da gravidade
4'44"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
5'43"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação
5'44"	Animação	Voz em off	Animação de um homem caminhando sobre a Terra, com a voz em off do <i>youtuber</i> .
6'03"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
7'00"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação
7'21"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
7'50"	Lettering		Em sincronia com a locução, o número 100.000.000° C é exibido na tela.
7'58"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
8'57"	Efeito sonoro		Efeito sonoro de algo caindo em sincronia com a locução: "O grande mistério envolvendo os buracos negros é justamente o que acontece quando alguém ou qualquer coisa cai ali dentro".
9'50"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
10'05"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
10'09"	Lettering		Ponto de interrogação exibido junto à pergunta: "E o nosso sol? Será que ele vai virar um buraco negro?"
10'12"	Lettering		Em sincronia com a locução é exibido o número 7.000.000.000 de anos na tela.
10'58"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
11'07"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
11'22"	Lettering		Em sincronia com a locução são exibidas as palavras: "Densidade matematicamente infinita".
11'45"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
13'09"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
13'25"	Lettering		Durante a locução: "uma delas diz que os buracos são, na verdade, buracos de minhoca" são exibidas as palavras: "Buraco de Minhoca".
16'04"	Lettering		São exibidas as palavras "Compartilhe", "Curta" e "Inscreva-se" durante a locução: "Não esqueça de deixar o seu gostei aqui embaixo, caso você tenha curtido, compartilhar o vídeo, se inscrever no canal".

16'13"	Cartão		Durante a locução: "e também de assistir a nosso último Nostalgia Ciência sobre a extinção dos dinossauros", aparece, no canto superior direito da tela, um cartão/link que direciona o aluno ao vídeo: "O que matou os dinossauros".
16'19"	Lettering	Música	Créditos da produção do vídeo com música de fundo.

Canal: Nostalgia

Vídeo: O que matou os dinossauros?

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0" a 0'30"	Vinheta		Vinheta para iniciar o vídeo.
38"	Efeito sonoro		Durante a locução: "Você sabe que há muito tempo, os dinossauros eram os maiores predadores da Terra", é inserido efeito sonoro de grunhidos de dinossauro.
45"	Lettering		Em sincronia com a locução: "Nós, humanos, só existimos por causa da extinção dos dinossauros" são exibidas as palavras: Extinção dos dinossauros na tela.
1'04"	Lettering		Inserção do nome do <i>youtuber</i> durante a locução: "Eu sou Felipe Castanhari e seja bem-vindo a mais um Nostalgia Ciência".
1'06"	Vinheta		Vinheta específica do quadro Nostalgia Ciência.
1'32"	Efeito sonoro		Durante a locução: "Bem, eu já posso assumir que todo mundo acha dinossauro legal, né? Muito bem. Passamos por essa etapa", são inseridos efeitos sonoros de aplausos e uma plateia gritando.
1'55"	Lettering		Durante a locução: "Todo ano, mais de 30 espécies de dinossauros são descobertas" é exibido lettering com 30 por ano.
1'57"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
1'58"	Animação	Voz em <i>off</i>	Animação ocorre na tela com voz em <i>off</i> do <i>youtuber</i> .
2'15"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
2'38"	Lettering		Em sincronia com a locução: "O primeiro passo da nossa etapa é descobrir exatamente quando isso aconteceu", é exibida a pergunta Quando? na tela.
3'40"	Lettering	Efeito sonoro	Em sincronia com a locução é exibido na tela: "400 mil anos atrás". Junto com o <i>lettering</i> , é utilizado um efeito sonoro de bolha estourando.
3'44"	Interação com a tela		Na tela aparecem, por escrito, as eras paleozóica, nectária, mesoarqueana, entre outras. Durante a locução: "No período quartenário que está na era cenozoica", o <i>youtuber</i> interage com as informações da tela, simulando que está deslocando uma das caixas de texto.
3'48"	Identificação	Informalidade	Durante a locução: "Quando a gente pra pensar que a Terra tem 4 bilhões e 500 milhões de anos de idade. Mano, a gente simplesmente acabou de chegar aqui no rolê".
4'02"	Transição		Transição com ilustrações de dinossauros para mudar de assunto.
4'26"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.

5'25"	Transição		Transição com ilustrações de dinossauros para finalizar a animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
6'44"	Lettering		São inseridas as palavras: "Extinção Cretáceo-Paleogeno" em sincronia com a locução.
7'14"	Imagem		É apresentada uma imagem de irídio, um metal raro no planeta Terra.
7'27"	Transição		Transição em formato de bolhas para iniciar uma animação.
7'41"	Transição		Transição em formato de bolhas para finalizar uma animação e retornar à imagem do <i>youtuber</i> em primeiro plano.
13'34"	Lettering		São exibidas as palavras "Compartilhe", "Curta" e "Inscreva-se" durante a locução: "Não esqueça de deixar o seu gostei aqui embaixo, caso você tenha curtido, compartilhar o vídeo, se inscrever no canal".
13'51"	Lettering		Créditos da produção.

Canal Nostalgia

Vídeo: 500 anos de história em 1 hora / História do Brasil

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	DESCRIÇÃO
0" a 0'08"	Vinheta		Vinheta que delimita o início do vídeo
0" a 59'26"	Trilha sonora		Durante todo o vídeo, há uma trilha sonora de fundo acompanhando o vídeo todo.
0'17"	Humor	Imagem	O <i>youtuber</i> diz que pode resumir a história do Brasil em "4 coisinhas", e brinca sugerindo ser os 4 últimos ex-presidentes ou 4 grandes ex-jogadores de futebol. As fotos de cada um deles aparecem com a bandeira do Brasil sobreposta.
0'33"	Lettering		<i>Lettering</i> : "500 anos de história em um hora" em sincronia com a locução.
0'51"	Imagem		Imagem de diversos comentários positivos de seguidores do canal.
1'00"	Imagem		Imagens de 4 vídeos com milhões de visualização.
1'20"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Uma bela de uma merda".
2'53"	Animação		Em etapas, uma ilustração e palavras aparecem para fazer analogia de um corpo humano com o "funcionamento" do Brasil.
3'36"	Imagem		Ilustração e escrita referete as palavras: Cana, café, ouro e pau brasil.
3'50"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
4'05"	Imagem		Fotos de pinturas rupestres.
4'09"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Porque essa galera começou a aparecer".
4'27"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Pré-história brasileira" em sincronia com a locução.
4'36"	Imagem		Foto de um índio brasileiro.
4'43"	Lettering		<i>Lettering</i> : "5 milhões de índios" em sincronia com a locução.
4'48"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Muita merda aconteceu pra esses índios".

5'01"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "A treta com as tribos rolava solta, rapaz".
5'05"	Imagem		Diversas imagens de índios aparecem em sequência.
5'25"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
5'33"	Lettering		<i>Lettering</i> : "1500".
5'59"	Animação		Animação com o mapa mundi para demonstrar o Tratado de Tordesilhas.
6'40"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Descobrimto do Brasil do ponto de vista dos europeus" em sincronia com a locução.
7'01"	Animação		Animação para demonstrar o percurso Pedro Álvares Cabral.
7'42"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Porque a galera de Portugal deu uma brochada quando não encontrou..."
9'04"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
9'17"	Lettering		<i>Lettering</i> : "São Vicente 1532" em sincronia com a locução.
9'24"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "O rei de Portugal estava quebrado e sem dinheiro nenhum".
9'40"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Foi uma puta sacada do rei".
10'45"	Imagem		Imagem de uma bandeira e uma pomba.
11'24"	Animação		Imagem ilustrativa de fundo com índios e jesuítas, sobre a imagem, uma bíblia flutua.
12'35"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
13'42"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Só que o lance mesmo".
15'10"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
15'22"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Unão ibérica" em sincronia com a locução.
18'50"	Imagem		Imagens ilustrativas de quilombos.
19'32"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
19'45"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Inglaterra, Holanda, França" em sincronia com a locução.
20'03"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "E aí, começou a treta".
20'09"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Quem tem poder, não quer largar o osso".
20'52"	Imagem	Lettering	Imagem de uma antiga cidade da época colonial e o <i>lettering</i> : "A segunda capital do Brasil".
21'33"	Animação		Animação para demonstrar a tributação do ouro.
23'00"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Conjuração baiana" em sincronia com a locução.
23'13"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
23'33"	Animação		Animação mostrando a saída da família real de Portugal.
25'28"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Revolução Pernambucana" em sincronia com a locução.
26'27"	Animação		Animação com D. Pedro I para o "Dia do Fico".
28'17"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
28'25"	Humor		O <i>youtuber</i> diz: "O reinado de D. Pedro I, foi ó, uma merda".
29'23"	Imitação		O <i>youtuber</i> imita D. Pedro I.
30'47"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.

31'29"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Cabanagem, cabanada, sabinada" em sincronia com a locução.
32'04"	Humor		O <i>youtuber</i> faz uma piada: "Isso (golpe da maioria de D. Pedro II) não quer dizer que deram um RG falso pro D. Pedro II comprar bebida".
33'29"	Animação		Animação com o mapa mundi para demonstrar a Guerra do Paraguai.
36'55"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Muitos fazendeiros se sentiram sacaneados com a abolição da escravatura".
37'42"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
38'55"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Guerra de canudos" em sincronia com a locução.
39'01"	Lettering		<i>Lettering</i> : "A política dos governadores" em sincronia com a locução.
40'58"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
41'16"	Humor		O <i>youtuber</i> faz uma voz diferente da sua e uma careta para dizer: "Beleza".
44'05"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Estado novo" em sincronia com a locução.
46'35"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "O Brasil virou uma verdadeira zona".
47'07"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
48'08"	Lettering		<i>Lettering</i> : "A terceira capital do Brasil" em sincronia com a locução.
51'57"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
53'19"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "O negócio pegou fogo de vez..."
54'20"	Vinheta	Trilha sonora	Vinheta com trilha sonora para início de conteúdo.
54'41"	Imagem		Imagem e fotos dos presidentes do Brasil da era democrática.
56'00"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Nova república" em sincronia com a locução.
57'17"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Crise de representatividade" em sincronia com a locução.
58'48"	Lettering		<i>Lettering</i> : "O povo não serve o governo, mas o governo serve o seu povo" em sincronia com a locução.
58'54"	Lettering	Trilha sonora	Créditos da produção do vídeo.
58'59"	Cartão		O <i>youtuber</i> , enquanto agradece por terem assistido o vídeo, pede que ajudem o canal selecionando a opção "gostei" no vídeo e se inscrever no canal

Canal: Manual do Mundo

Vídeo: Como é fabricado o gelo seco?

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0'01"	Lettering		Em sincronia com a locução é exibido o texto: como é feito o gelo seco.
0'04"	Transição		Transição dos apresentadores para flashes do conteúdo que será exibido.
0'09"	Lettering		CO2 é exibido na tela em sincronia com a locução.
0'15"	Lettering		<i>Lettering</i> com o nome do <i>youtuber</i> , Iberê Thenório, é apresentado, mas sem que o mesmo se apresente ao público.

0'33"	Transição		Transição em fade-in para finalizar um assunto e começar outro.
0'38"	Lettering		<i>Lettering</i> com o nome da <i>youtuber</i> , Mari Fulfaro, é apresentado, mas sem que a mesma se apresente ao público.
0'48"	Lettering		19 bars é exibido na tela em sincronia com a locução.
0'53"	Lettering		19 bares é exibido na tela em sincronia com a locução.
0'55"	Figuras	Humor	Figura de um copo de chope com símbolo de proibido é utilizada para chamar a atenção para a ambiguidade da palavra "bares".
1'20"	Lettering		1 bar = 0 m / 2 bares = -10 m / 3 bares = -20 m / 19 bares = -180 m são exibidos na tela em sincronia com a locução.
2'05"	Lettering		O texto "-78°C = sólido é exibido" é exibido na tela em sincronia com a locução.
2'30"	Trilha sonora		Música de fundo enquanto a câmera mostra processos da fabricação do gelo seco.
3'05"	Lettering		O texto "-40°C" é exibido na tela em sincronia com a locução.
3'41"	Animação		Animação de um coração com fumaça de gelo seco é exibida na tela em sincronia com a locução.
3'47"	Animação		Animação de uma seringa com fumaça de gelo seco é exibida na tela em sincronia com a locução.
3'54"	Animação		Animação de uma embalagem de marmita com fumaça de gelo seco é exibida na tela em sincronia com a locução.
4'08"	Transição		Transição com logo do canal.
4'38"	Transição		Transição lateral.
4'43"	Zoom		<i>Youtuber</i> observa algo caindo e então é realizado zoom em seu rosto.
4'43"	Efeito sonoro		Enquanto a <i>youtuber</i> observa algo caindo e interrompe a locução, é inserido efeito sonoro de objeto caindo com colisão.
5'36"	Lettering		3 kg CO ₂ = 1 kg Gelo Seco é exibido na tela em sincronia com a locução.
5'42"	Lettering		1,3 kg CO ₂ = 1 kg Gelo Seco é exibido na tela em sincronia com a locução.
06'06"	Lettering		100°C é exibido na tela em sincronia com a locução.
06'14"	Lettering		O <i>lettering</i> -40°C é exibido na tela em sincronia com a locução
6'49"	Imagem		Print de uma pergunta de um espectador é colocada na tela.
7'18"	Transição		Transição com logo do canal.
7'37"	Lettering	Trilha sonora	Créditos da produção.

Canal Manual do Mundo

Vídeo: Como é feita a goma de mascar

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
-------	-----------	-----------	------------

0'02"	Lettering		O <i>lettering</i> com o nome do <i>youtuber</i> é apresentado, mas sem que o mesmo se apresente ao público.
0'06"	Lettering		Em sincronia com a locução é inserida a frase: "Como é feita a goma de mascar".
0'16"	Trilha sonora		É inserida música de fundo, enquanto a câmera apresenta alguns dos processos da fabricação da goma de mascar.
0'22"	Lettering		Em sincronia com a locução é inserida a palavra: Açúcar.
0'57"	Lettering		Em sincronia com a locução é inserida a palavra: Glicose.
1'14"	Cartão		Durante a locução: "é a mesma glicose que a gente usa pra fazer vidro falso", aparece um cartão/link no canto superior direito da tela que direciona o aluno ao vídeo "Como fazer vidro falso", do canal Manual do Mundo.
1'21"	Vinheta		Vinheta apenas com a logomarca do canal. É inserida para finalizar um assunto e iniciar outro.
1'28"	Lettering		Em sincronia com a locução são inseridas as palavras "Goma base".
1'34"	Efeito sonoro		O <i>youtuber</i> experimenta a goma base. Enquanto dá uma mordida, é inserido efeito sonoro de mordida.
1'41"	Transição		A transição, em <i>fade-in</i> , delimita a finalização de um assunto para iniciar outro.
1'49"	Lettering		É inserido o <i>lettering</i> com o nome do entrevistado.
4'14"	Locução em off		A voz do entrevistado fica de fundo enquanto são exibidas imagens da fábrica.
5'47"	Transição		Transição em <i>fade-in</i> para finalizar um assunto e começar outro.
6'45"	Lettering	Trilha sonora	Créditos da produção.

Canal: Manual do Mundo

Vídeo: Como transformar papel alumínio em uma bola de metal

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0'03"	Lettering		Aparece <i>lettering</i> com o nome do <i>youtuber</i> : Iberê Thenório.
0'09"	Lettering		Aparecem as palavras "bola de metal" em sincronia com a locução.
0'45"	Transição		Após o <i>youtuber</i> dizer: "Então bora lá! Vamos tentar fazer essa bola de alumínio o mais perfeita possível e vamos tentar aprender alguma coisa no meio do caminho, que isso que é importante. Fechou?", é inserida uma transição de
1'14"	Lettering		Em sincronia com a locução é exibida a palavra: Maleabilidade na tela.
1'36"	Trilha sonora		É inserida música de fundo enquanto a câmera mostra o <i>youtuber</i> trabalhando com a bola metálica. Não há locução durante este trecho, que dura 8 segundos.

2'37"	Trilha sonora		É inserida música de fundo enquanto a câmera mostra o <i>youtuber</i> trabalhando com a bola metálica. Não há locução durante este trecho, que dura 11 segundos.
3'18"	Lettering		As palavras "condutor de calor" são exibidas em sincronia com a locução.
3'56"	Cartão		Durante a locução: "Você precisa saber porque um lado do alumínio é fosco e outro é brilhante? Eu respondi lá no vlog do Manual do Mundo, e deixei o link aí", aparece, no canto superior direito da tela, o link para o vídeo "Por que papel alumínio tem lado fosco?"
10'47"	Efeito sonoro	Humor	O <i>youtuber</i> apresenta a bola metálica pronta e então é inserido efeito sonoro de pessoas dizendo: "óóóh".

Canal: Manual do Mundo

Vídeo: Líquido piranha: ataca tudo o que vê pela frente.

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0'34"	Lettering		O <i>lettering</i> com o nome do <i>youtuber</i> é apresentado, mas sem que o mesmo se apresente ao público.
0'39"	Lettering		Aparecem as palavras: "líquido piranha" em sincronia com a fala.
0'40"	Imitação		Após dizer que o vídeo irá tratar sobre o líquido piranha, o <i>youtuber</i> imita um peixe piranha.
1'08"	Imitação		Durante a fala: "pode ver que ele ATACA o que vê pela frente, como se fosse um ataque de piranhas", o <i>youtuber</i> faz um gesto com as mãos.
1'19"	Zoom	Humor	O <i>youtuber</i> diz: "Se a mistura que eu fizer estiver errada, sabe o que acontece? Explode". Ao dizer "explode", a câmera dá zoom no rosto do <i>youtuber</i> .
1'29"		Humor	O <i>youtuber</i> faz um alerta para o aluno de forma cômica: "Então, meu fio. Os equipamentos de segurança, hoje, não são de brincadeira, não".
1'36"		Humor	O <i>youtuber</i> , ao se vestir com traje de proteção para o experimento, se compara com um personagem famoso de série de TV.
1'38"		Humor	Enquanto se veste com o traje de proteção, o <i>youtuber</i> verifica um furo no vestuário e faz uma piada em relação à qualidade e o valor pago pelo material: "A qualidade do negócio, né?! Só por que eu paguei 16 reais nesse negócio, não precisava ser podre, assim, também".
1'43"	Trilha sonora		Trilha sonora enquanto o <i>youtuber</i> veste o traje de proteção.
1'52"		Humor	O <i>youtuber</i> fala de forma cômica e irônica a respeito da qualidade dos materiais de proteção que adquiriu para a experiência do dia: "Má tá boa a qualidade das coisas que eu comprei hoje, hein. Pelamor de Deus!"

1'56"		Humor	Ao comentar que a experiência é melhor ser vista em vídeo e não realizá-la em casa, fala de forma irônica que os materiais para a experiência não são encontrados de forma fácil: "mesmo porque, você não vai achar ácido sulfúrico, nem água oxigenada ultra concentrada na esquina".
2'04"	Imitação	Humor	O <i>youtuber</i> utiliza-se de uma frase famosa de um personagem de série de TV: "Let's cook".
2'06"	Transição		Transição lateral, saindo da preparação para o início da experiência.
2'39"	Corte	Humor	O <i>youtuber</i> insere corte com repetição de cena anterior na qual ele fala: "Explode".
2'52"	Animação		Enquanto o <i>youtuber</i> convida o aluno para se inscrever no canal, aparece animação de um desenho de uma mão selecionando um botão que está escrito "inscreva-se".
3'01"	Efeito sonoro	Humor	O <i>youtuber</i> realiza um teste com o experimento e então é inserido efeito sonoro de pessoas dizendo: "óóóh".
3'12"	Lettering	Trilha sonora	O lettering "imagem acelerada" aparece enquanto mostra um dos testes do experimento, ao mesmo com uma trilha sonora.
3'19"		Humor	Após mostrar um material se decompondo na substância criada, o <i>youtuber</i> faz uma piada: "Imagina só, o seu dedidinho, ali, naquelas piranhas".
3'33"	Lettering	Trilha sonora	O <i>lettering</i> "imagem acelerada" aparece enquanto mostra um dos testes do experimento, ao mesmo com uma trilha sonora.
3'46"	Corte	Humor	O <i>youtuber</i> insere corte com repetição de cena anterior na qual ele fala: "Explode".
3'59"	Lettering		"Ácido sulfúrico H ₂ SO ₄ " é exibido na tela em sincronia com a locução.
4'08"	Lettering		A fórmula: "C ₁₂ H ₂₂ O ₁₁ → 11h ₂ O + 12C / Sacarose → Água + Carbono é exibidoa na tela e indicada pelo <i>youtuber</i> .
4'19"	Lettering		O <i>lettering</i> "Peróxido de hidrogênio (Água Oxigenada) H ₂ O ₂ " é exibido na tela sem que o <i>youtuber</i> sincronize ou fale completamente em sua locução.
4'34"	Imitação		O <i>youtuber</i> imita um suposto aluno que o questiona sobre falar uma coisa e utilizar outra na experiência.
4'34"	Filtro	Humor	Enquanto imita um aluno, um filtro preto e branco é inserido para destacar o suposto questionamento.
4'34"	Lettering	Humor	O <i>lettering</i> "Malassem alssa" é exibido enquanto o <i>youtuber</i> imita um suposto aluno.
4'43"	Lettering		O <i>lettering</i> "Celulose (C ₆ H ₁₀ O ₅) _n " é exibido em sincronia com a locução.
4'47"	Lettering		O <i>lettering</i> "Amido (C ₆ H ₁₀ O ₅) _n " é exibido em sincronia com a locução.
4'52"	Lettering		O <i>lettering</i> "Sacarose C ₁₂ H ₂₂ O ₁₁ " é exibido em sincronia com a locução.

5'04"			O <i>youtuber</i> convida o aluno para sugerir nos comentários do vídeo, sobre outros materiais para "alimentar" o líquido piranha em um próximo vídeo.
5'26"	Trilha sonora		Trilha sonora enquanto o <i>youtuber</i> se prepara para uma nova experiência.
5'32"	Imitação	Humor	O <i>youtuber</i> sacode uma colher e fala: "Vamos dar um docinho pras piranhas".
5'57"	Informalidade	Humor	De forma informal e descontraída, o <i>youtuber</i> pega seu celular e filma o câmera man para mostrar como ele está vestido e protegido, além de fazer uma piada do susto que o mesmo levou e, supostamente, os espectadores também, no final da experiência.

Canal: Biologia Total

Vídeo: Atualidades do ENEM 2017

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0'01"	Vinheta		Vinheta que delimita o início do vídeo, apresenta o título do vídeo.
0'07"	Lettering		Lettering com o nome do <i>youtuber</i> : Prof. Me. Paulo Jubilut, Biólogo.
0'38"	Transição		Efeito de transição lateral para mudar de cena.
0'39"	Lettering		Lettering com hashtag #euejubinoenem, <i>youtuber</i> não fala da hashtag, ela permanece em exibição até o fim do vídeo.
0'40"	Imagem	Lettering	Imagem ilustrativa do vírus da febre amarela e <i>lettering</i> : "Febre Amarela: A febre amarela é uma doença infecciosa grave, causada por vírus e transmitida por mosquitos."
1'44"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "No ano retrasado tivemos uma outra pereba que bombou e o mundo ficou apavorado. Lembra?"
3'08"	Imitação		O <i>youtuber</i> imita um espectador e diz, em tom irônico: "Ai Bilut, nossa que difícil".
5'10"	Imagem		Imagem ilustrativa com o ciclo da transmissão da febre amarela.
10'22"	Imagem		Imagem do mosquito Aedes Aegypti.
10'26"	Humor		O <i>youtuber</i> diz: "Não podemos esquecer que esse mosquito enviado diretamente do inferno para aterrorizar os seres humanos".
11'03"	Imitação		O <i>youtuber</i> imita um aluno e diz: "Jubi Jubão, pode acontecer do mosquito me picar e eu pegar as 4 doenças?"
11'16"	Humor		O <i>youtuber</i> responde à pergunta acima, dizendo: "Cara, é porque realmente é a tua hora, então se não for isso, você vai ser atropelado logo depois. Chegou a hora".

11'31"	Transição		Efeito de transição lateral para mudar de cena.
11'32"	Identificação		O <i>youtuber</i> utiliza o nome de usuário de quatro seguidores do canal, como personagens de um exemplo didático.
12'37'	Humor		O <i>youtuber</i> diz: "Que coisa do capeta".
17'23"	Transição		Efeito de transição lateral para mudar de cena.
17'40"	Exercício		O <i>youtuber</i> insere em tela cheia o print de uma questão de uma prova. Com voz em <i>off</i> , o professor realiza a leitura da questão e indica a resposta correta ao espectador.
19'31"	Humor		O <i>youtuber</i> diz: "Deixa eu te contar uma fofquinha".
22'15"	Transição		Efeito de transição lateral para mudar de cena.
22'29"	Imagem		Imagem ilustrativa e informativa contendo etapas da edição de DNA.
27'05"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Foi um fuzuê, todo mundo falou disso".
27'19"	Imagem		Imagem ilustrativa do vírus de DST (doenças sexualmente transmissíveis).
28'46"	Humor		O <i>youtuber</i> , após apresentar uma opinião sobre a edição de DNA, fala para alguém da sua equipe: "Foi meio Hollywoodiano isso agora. Não? Tô, tô zoando (risadas), meio sensacionalista".
30'07"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Também as pessoas estão ó (mostra o braço e esfrega uma mão nele) transando cada vez mais no pelo, sem camisinha".
30'24"	Humor		O <i>youtuber</i> diz que a doença gonorréia é do tempo do avô dele e diz: "Não que meu vô teve gonorréia, mas na época do meu vô, também não sei se teve ele nunca me contou, mas...Ah vô, desculpa vô. A vô tá vendo, imagina a vô vendo isso, vô (com as mãos em prece) perdão vô, vô, foi mal. Mandei uma no exemplo vô, desculpa. Foi o vô, teu vô, tu que tá assistindo (apontando para a câmera) ele pegou".
31'04"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Cara e gatinha manhosa, tem que usar camisinha".
31'48"	Imagem		Imagem com uma foto de um órgão humano interno, espinafres e escrito: Fábrica de órgãos - Tecido cardíaco a partir de células do espinafre.
33'22"	Imagem		Imagem de um cordeiro deitado dentro um mecanismo simulando um útero com o título "Útero Artificial".
33'36"	Vídeo		O <i>youtuber</i> apresenta um vídeo para demonstrar o funcionamento de um útero artificial.
33'43"	Humor		O <i>youtuber</i> diz: "Volta em mim câmera 2", para que ele volte a aparecer na tela e não mais o vídeo que estava exibindo.

35'17"	Imagem		Imagem ilustrativa do mesentério, um novo órgão humano descoberto.
35'31"	Humor		O <i>youtuber</i> diz: "...Leonardo da Vinci, um grande amigo meu", fazendo uma piada da sua relação com o artista e inventor do século XV.
36'30"	Imagem		Uma foto sob a superfície da água, mostrando diversos sacos plástico e com o título: Oceano de plástico.
36'45"	Informalidade		O <i>youtuber</i> ao indicar um documentário de uma plataforma de streaming de vídeos, olha para o lado do cenário e fala com Amanda, sua suposta assistente e diz: "...como se precisasse o Netflix de propaganda, né Amanda?" Na sequência olha para a câmera e diz: "Não é pra piratear o Netflix, hein, você aí que é pilantra".
36'55"	Transição		Efeito de transição lateral para sair do momento informal para retornar ao conteúdo pedagógico.
39'15"	Transição		Efeito de transição lateral para mudar de cena e se despedir para encerrar o vídeo.
39'22"	Cartão	Trilha sonora	Cartão para que o aluno inscreva-se no canal.

Canal Biologia Total

Vídeo: Núcleo Celular

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
0'01"	Lettering		Lettering com o nome do <i>youtuber</i> : Prof. Me. Paulo Jubilut, Biólogo.
0'16"	Animação		Enquanto o <i>youtuber</i> explica sobre a hemoglobina, uma animação didática é apresentada.
0'58"	Vinheta		Vinheta que delimita o início do vídeo. Ela é exibida após uma breve introdução do <i>youtuber</i> sobre o tema que será abordado no vídeo.
1'06"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Núcleo celular" em sincronia com a locução.
1'09"	Imagem		Foto do descobridor do núcleo celular, Robert Brown.
1'21"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Formato esférico ou ovóide / Presente na maioria das células eucarióticas" em sincronia com a locução.
1'42"	Imagem		Imagem ilustrativa do protozoário paramecium.
1'54"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: " uma porrada de números"
1'57"	Imagem		Imagem ilustrativa da célula muscular.
2'08"	Animação		Animação em sincronia com a locução. Demonstra a união de células.
2'50"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.

2'53"	Lettering		Lettering: "Funções"
2'56"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "O núcleo tem uma porrada de funções".
3'03"	Lettering		Lettering: "É a casa do DNA" em sincronia com a locução.
3'24"	Animação		Animação mostrando o funcionamento de um núcleo celular.
3'28"	Lettering		Lettering: "Centro de comando da célula / Controla o metabolismo celular" em sincronia com a locução.
3'41"	Lettering		Lettering: "Síntese de ácidos nucleicos (DNA e RNA)" em sincronia com a locução.
3'51"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.
3'52"	Informalidade	Humor	O <i>youtuber</i> diz: "Pra você entender essa vídeo aula, Jubialuno, Jubialunoa..."
4'05"	Animação		Animação demonstrando o funcionamento da síntese proteica.
4'37"	Humor	Imitação	O <i>youtuber</i> imita um aluno, com gestos e voz engraçada, que diz: "Ai Jubi Jubão. O que é uma célula interfásica?"
5'05"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.
5'05"	Humor	Efeito Sonoro	O <i>youtuber</i> canta uma música utilizando palavras do conteúdo didático e realizando uma rima aleatória para fazer uma piada. O <i>youtuber</i> canta: "Carioteca, carioteca, quero você na biblioteca".
5'09"	Informalidade	Humor	O <i>youtuber</i> , rindo, diz: "Nada a ver ", referindo-se a piada anterior.
5'12"	Lettering		Lettering: "Carioteca" em sincronia com a locução.
5'15"	Lettering		Lettering: "Também conhecida como envoltório ou envelope nuclear" em sincronia com a locução.
5'20"	Lettering		Lettering: "Tem como funções revestir e selecionar as substâncias que entram e saem do núcleo" em sincronia com a locução.
5'26"	Lettering		Lettering: "Quem tem carioteca é classificado como Eucarionte" em sincronia com a locução.
5'50"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.
6'04"	Imagem		Imagem ilustrativa do interior de uma célula e seu núcleo.
6'55"	Lettering		Lettering: "Formada por duas camadas de membranas lipoproteicas." em sincronia com a locução.
8'22"	Lettering		Lettering: "Os poros permitem a comunicação do núcleo com o citoplasma da célula." em sincronia com a locução.
9'01"	Lettering		Lettering: "É pelos poros que ocorrem a maioria das trocas de substâncias entre núcleo e citoplasma." em sincronia com a locução.

9'36"	Imagem		Foto de um passaporte aleatório para simbolizar a locução que está comparando parte o núcleo celular com um visto de imigração.
10'15"	Humor		O youtuber adapta a letra de uma música infantil para o conteúdo do vídeo e canta: "Eu vou, eu vou, pro citoplasma agora eu vou, lá iá lá iá".
10'55"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.
11'07"	Lettering		Lettering: "Nucleoplasma" em sincronia com a locução.
11'23"	Lettering		Lettering: "Líquido encontrado dentro do núcleo" em sincronia com a locução.
12'05"	Imagem		Imagem ilustrativa da cromatina.
12'35"	Lettering		Lettering: "A cromatina é o dirigente da célula, pois é nela que se encontra o DNA com as informações necessárias ao funcionamento celular." em sincronia com a locução.
12'40"	Imagem		Imagem ilustrativa mais detalhada da cromatina.
13'05"	Lettering		Lettering: "Histonas".
13'09"	Lettering		Lettering: "Cromatina: conjunto de filamentos formados por DNA e proteínas (histonas)." em sincronia com a locução.
13'30"	Lettering		Lettering: "Nucleossomo" em sincronia com a locução.
13'45"	Informalidade		O youtuber utiliza um colar de pérolas para exemplificar o conteúdo didático e fala: "Um colar de pérolas, hã que chique, hein".
14'07"	Imitação		O youtuber imita um aluno e diz: "Mas Jubi Jubão, pra que que servem esses nucleossomos?"
14'19"	Informalidade		O youtuber utiliza um fone de ouvido com os fios emaranhados para exemplificar um filamento de DNA sem nucleossomos e fala: "Oh, tá vendo? Essa porcaria aqui?"
15'20"	Informalidade	Enquadramento	Além da mudança de enquadramento mais próxima do rosto, o youtuber diz: "Olha que pira do processo pedagógico".
15'52"	Imagem		Imagem ilustrativa com detalhes ca Eucromatina e Heterocromatina.
17'03"	Lettering		Lettering: "Heterocromatina: parte da cromatina mais condensada (DNA inativo) em sincronia com a locução.
18'44"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.
19'26"	Humor		O youtuber se compara a dois super-heróis para exemplificar a divisão celular.
20'37"	Lettering		Lettering: "Nucléolos" em sincronia com a locução.
20'47"	Imagem		Imagem ilustrativa de um nucléolo.

20'55"	Lettering		Lettering: "Corpos esféricos onde são formados os ribossomos".
21'03"	Imagem		Imagem ilustrativa de um núcleo celular.
21'10"	Humor	Imitação	O youtuber realiza um movimento e som de mergulhar em direção à imagem apresentada.
22'00"	Enquadramento		Mudança de um enquadramento mais distante para primeiro plano.
22'08"	Transição		Efeito de transição lateral para mudar de cena.
22'12"	Informalidade		O youtuber diz: "Bora ver como que é cobrado isso aí nas provas, mano Dio".
22'14"	Exercício		O professor insere em tela cheia o print de uma questão de uma prova. Em off, o professor realiza a leitura da questão e indica a resposta correta ao aluno.
23'24"	Humor	Imitação	O youtuber imita um golpe de um personagem de vídeo game.
24'09"	Lettering		Lettering: "Núcleo celular / carioteca / nucleoplasma / cromatina / nucléolos" enquanto o youtuber revisa o conteúdo.
25'40"	Cartão	Trilha sonora	Cartão para que o aluno inscreva-se no canal.

Canal: Biologia Total

Vídeo: Sistema Circulatório

TEMPO	RECURSO 1	RECURSO 2	UTILIZAÇÃO
16"	Humor	Imitação	O youtuber altera o tom de voz e diz: "Ah mas Jubilut, por que que isso acontece?", como se um aluno estivesse fazendo a pergunta.
1'35"	Vinheta		Vinheta que delimita o início do vídeo. Ela é exibida após uma breve introdução do youtuber sobre o tema que será abordado no vídeo.
1'48"	Lettering		Lettering com o nome do youtuber: Prof. Me. Paulo Jubilut, Biólogo.
1'52"	Lettering		Lettering: "Sistema cardiovascular" em sincronia com a locução.
2'00"	Lettering		Lettering: "Transporte de substâncias" em sincronia com a locução.
2'24"	Lettering		Lettering: "Vasos sanguíneos" em sincronia com a locução.
2'31"	Lettering		Lettering: "Artérias" em sincronia com a locução.
2'36"	Lettering		Lettering: "Levar sangue do coração" em sincronia com a locução.
2'55"	Humor		O youtuber diz: "Só pra você ter uma ideia. Se você (ê, isola)... Caso você tenha o rompimento de artéria em mais ou menos três minutos você perde 50% do seu sangue". Quando diz: "isola", o youtuber bate no cenário do canal, como se estivesse "batendo na madeira", expressão utilizada quando falamos algo que temos medo que aconteça.

3'13"	Identificação		O <i>youtuber</i> relata uma experiência pessoal. Ele diz: "só pra você ter uma ideia, teve um acidente de carro aqui no meu estado, onde um cara bateu de frente numa árvore, mas não morreu na hora".
3'50"	Imitação		O <i>youtuber</i> altera o tom de voz e imita seu amigo, bombeiro, como se estivesse conversando pelo telefone com ele.
4'18"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Veias" em sincronia com a locução.
4'39"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Capilares" em sincronia com a locução.
4'48"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Troca de substâncias", mas não está em sincronia com a locução.
5'08"	Imagem	Locução em off	Esquema mostrando todos os vasos sanguíneos do sistema cardiovascular é apresentado em tela cheia. O professor explica cada parte do esquema com locução em off.
8'27"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Varizes" em sincronia com a locução.
9'22"	Imagem		Imagem de vasos sanguíneos é apresentada em tela cheia com locução em off do <i>youtuber</i> .
9'33"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Coração" em sincronia com a locução.
9'42"	Exagero		O <i>youtuber</i> diz: "É muuuuito importante que vocês saibam essas partes", enfatizando a palavra muito.
09'49"	Imagem		Esquema mostrando o coração é apresentado em tela cheia. O professor explica cada uma das partes do coração com locução em off.
10'00"	Humor	Imitação	O <i>youtuber</i> altera o tom de voz, como se fosse o aluno falando, e diz: "ai, mas me parece difícil"
16'54"	Humor	Imitação	O <i>youtuber</i> altera o tom de voz, imitando um idoso/idoso, e diz: "ai, o meu neto, ele rasgou o dedo, rompeu até a aorta. Artéria aorta passa no dedo, Jubilit?"
17'08"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Nodo sinoatrial" em sincronia com a locução.
17'36"	Identificação		O <i>youtuber</i> relata uma experiência pessoal, e diz: "Uma vez aqui na minha cidade tinha um motoqueiro e aí tinha um cara que tava empinando pipa e a linha tinha cerol. Ele passou e a linha passou no pescoço dele e decapitou o cara. Na hora eu tava passando, eu vi o acidente, encostei o carro. Os populares já estavam ali olhando e o povo adora um sangue, adora uma tragédia. E o mais interessante é que a perna do motoqueiro ela continuava dando um tranco e aí o cara do meu lado: "ei, ele tá vivo. Quase dei uma cotovelada no popular, mas fiquei na minha e fui embora". Ele termina a frase fazendo cara de espanto e ficando sem palavras por 3 segundos.

18'51"	Humor	Imitação	O <i>youtuber</i> utiliza um exemplo para explicar o que houve com o motoqueiro decapitado. Ele diz: "Isso acontece às vezes com galinha. Você corta a cabeça da galinha. Não sei se você já teve essa experiência, eu nunca tive, mas a nossa vó te chama pro sítio e: (imitando pessoa idosa) Eu vou fazer uma galinha. Pow! Corta na tua frente o pescoço da galinha. E às vezes a galinha continua se debatendo. Ai, é coisa do capeta. Não, não é coisa do capeta. É coisa do nodo sinoatrial".
19'40"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Marca-passo" em sincronia com a locução.
19'59"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Bulbo" em sincronia com a locução.
20'50"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Sístole" em sincronia com a locução.
20'54"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Diástole" em sincronia com a locução.
22'00"	Lettering		<i>Lettering</i> : "120mm Hg" em sincronia com a locução.
22'12"	Lettering		<i>Lettering</i> : "80mm Hg" em sincronia com a locução.
22'45"	Lettering		<i>Lettering</i> : "250mm Hg" em sincronia com a locução.
23'02"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "tá manjando, tá manjando, né?"
23'16"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "Bóra entender como acontece"
23'17"	Imagem		Esquema mostrando circulação sanguínea com locução em <i>off</i> do professor.
25'48"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Circulação dupla" em sincronia com a locução.
25'52"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Circulação completa" em sincronia com a locução.
28'32"	Animação		Animação com locução em <i>off</i> do professor.
31'20"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Circulação linfática" em sincronia com a locução. O <i>lettering</i> permanece na tela durante todo o tempo em que o professor explica sobre a circulação linfática.
33'12"	Exercício		O professor insere em tela cheia o print de uma questão da Universidade Federal do Triângulo Mineiro. Em <i>off</i> , o professor realiza a leitura da questão e indica a resposta correta ao aluno.
39'13"	Cartão	Trilha sonora	Cartão para que o aluno inscreva-se no canal.

Canal: Biologia Total

Vídeo: Sistema Excretor

0'06"	Humor		O <i>youtuber</i> fala uma frase em inglês de forma errada e engraçada para iniciar um questionamento, ele diz: "Philosofades of life".
0'18"	Corte	Humor	O <i>youtuber</i> utiliza um corte dele questionando: "Ahm?".
43"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Hiponotremia" em sincronia com a locução.
1'16"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "hiponotremia é o nome dessa bagaça".

1'39"	Vinheta		Vinheta que delimita o início do vídeo. Ela é exibida após uma breve introdução do youtuber sobre o tema que será abordado no vídeo.
1'52"	Lettering		<i>Lettering</i> com o nome do <i>youtuber</i> : Prof. Me. Paulo Jubilut, Biólogo.
2'00"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Homeostase" em sincronia com a locução.
2'06"	Lettering		<i>Lettering</i> : "manutenção do organismo em equilíbrio", em sincronia com a fala: "manter o organismo em equilíbrio"
3'36"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Compostos nitrogenados" em sincronia com a locução.
3'38"	Imitação		O professor altera o tom de voz, imitando um aluno, e diz: "nossa Jubi Jubão, o que são compostos nitrogenados?"
3'54"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Quebra de proteínas" em sincronia com a locução.
4'09"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Quebra de ácidos nucleicos" em sincronia com a locução.
4'29"	Imitação		O <i>youtuber</i> imita um aluno e diz: "Mas são tóxicos, como?"
4'40"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Fosforilação oxidativa (mitocôndria)" em sincronia com a locução.
4'50"	Imitação		O <i>youtuber</i> imita uma pessoa cansada de forma cômica.
4'53"	Humor		O youtuber, ao final da frase, emite um som de flatulência.
4'56"	Informalidade		O <i>youtuber</i> diz: "...e acaba indo pro saco".
5'12"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Amônia, ureia e ácido úrico" em sincronia com a locução.
5'18"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Amônia" em sincronia com a locução. Ela se mantém na tela durante toda a explicação sobre ela.
5'28"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Alta toxicidade" em sincronia com a locução.
6'15"	Informalidade		O youtuber diz: "...mas o seu organismo que é fera neném..."
6'33"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Amoniotélicos" em sincronia com a locução,
6'46"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Invertebrados aquáticos / peixes ósseos / girinos" em sincronia com a locução.
7'27"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Uréia" em sincronia com a locução.
8'05"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Média toxicidade / ureotélicos" em sincronia com a locução.
8'17"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Peixes cartilaginosos / tartarugas / mamíferos" em sincronia com a locução.
9'14"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Ácido úrico" em sincronia com a locução.
9'22"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Baixa toxicidade" em sincronia com a locução.
9'34"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Uricotélicos" em sincronia com a locução.
9'39"	Lettering		<i>Lettering</i> : "Insetos / aves e répteis" em sincronia com a locução.

9'51"	Informalidade		O youtuber diz: "...quando você vê lá o cocô da ave, né?! O barrão que ela solta".
12'15"	Imagem		Imagem ilustrativa das estruturas que formam o sistema urinário.
13'56"	Imitação		O youtuber imita um aluno e diz: "Nossa Bilut, que complicação".
14'32"	Informalidade		O youtuber diz: "Não sei se eu forcei um pouco a barra".
15'32"	Imagem		Imagem ilustrativa dos rins do corpo humano.
15'37"	Lettering		Lettering: "Rins / Filtração do sangue" em sincronia com a locução.
15'58"	Lettering		Lettering: "Néfrons" em sincronia com a locução.
16'19"	Imagem		Imagem ilustrativa do néfron.
16'19"	Imitação		O youtuber imita um aluno e diz: "Nossa Jubi, que complicado".
17'08"	Informalidade		O youtuber diz: "Olha ele aqui, bem bonito pra você".
17'13"	Informalidade		O youtuber diz: "Tranquilo".
17'55"	Humor	Imitação	Ao falar a palavra "extravasa", canta uma música que contém a mesma palavra.
18'11"	Imitação		O youtuber imita um aluno e diz: "Ai, mas Jubi, Jubão. O que, que passa?".
21'33"	Informalidade		O youtuber diz: "Birinaites".
23'38"	Informalidade		O youtuber diz: "Você que é um gatinho manhoso".
23'49"	Imitação		O youtuber imita um aluno e diz: "Jubilut, doeu, doeu!"
24'22"	Lettering		Lettering: "Hemodiálise" em sincronia com a locução.
25'05"	Lettering		Lettering: "Ureteres / Condução de urina" em sincronia com a locução.
25'33"	Informalidade		O youtuber diz: "Você já tá doidão, já tá tendo tremiliques, um santo baixa em você".
26'08"	Imitação		O youtuber imita uma voz feminina e diz: "Amor, quero fazer xixi".
27'05"	Lettering		Lettering: "Uretra / Elimina da urina" em sincronia com a locução.
27'25"	Humor		O youtuber faz uma piada em relação à sua genitália.
28'26"	Imitação		O youtuber imita um homem reclamando de dor: "Ai meu dedinho, tá dodói, tem que ir no hospital".
29'30"	Humor		O youtuber fala de forma cômica a palavra "óbvio", alterando-a para "obviosli", além de realizar gestos com o copo e braços.
29'36"	Lettering		Lettering: "Hormônio antidiurético ADH" em sincronia com a locução.
29'48"	Lettering		Lettering: "Produzido no hipótalamo" em sincronia com a locução.
29'54"	Imagem		Imagem da localização do hipotálamo no corpo humano.
30'00"	Imagem		Imagem da localização da hipófise no corpo humano.
30'21"	Lettering		Lettering: "Absorção de água" em sincronia com a locução.

30'39"	Humor		O youtuber utiliza a palavra "mayday" fora de contexto.
31'11"	Informalidade		O youtuber diz: "É por isso que, quando você toma uns goronaites".
31'27"	Humor		O youtuber fala a palavra "ressaca" de forma cômica.
31'32"	Imitação		O youtuber imita um aluno e diz: "Eu fico com muita dor de cabeça, Jubilut".
31'52"	Humor	Imitação	O youtuber encena uma pessoa tomando um volume muito grande de água.
32'01"			O youtuber relata um caso real (sensacionalista) para explicar o funcionamento do ADH, ele diz: "Teve um acidente, uma vez aqui no meu estado, que o cara, ele tava, ele, era um time de vôlei que tava na estrada, e a van bateu, e a maioria do time morreu, já na batida, morreu, só que dois caras sobreviveram, e aí, eles saíram da van e foram para a estrada pedir socorro, só que estava escuro, quando veio um carro, o carro não viu eles, e foi, e atropelou um deles, o outro não foi atropelado, mas sabe o que aconteceu? O amigo dele que foi atropelado, o pé desse amigo dele, bateu na cabeça dele, e destruiu o hipotálamo dele, e aí ele foi pro hospital, não tinha morrido ainda, mas aí sem hipotálamo, morreu do que? Advinha. Não tem hipotálamo, não produz AHD, absorção de água no rim é reduzida, o cara morreu por desidratação."
33'33"	Lettering		Lettering: "Diabetes insipidus" em sincronia com a locução.
33'42"	Humor	Imitação	O youtuber imita uma pessoa mais velha que diz: "Ai, bota um pouquinho de sal embaixo da língua, bota um pouquinho de sal embaixo da língua".
33'52"	Informalidade		O youtuber diz: "...isso não é lenda urbana nem papinho de vó".
33'57"	Lettering		Lettering: "Aldosterona" em sincronia com a locução.
34'01"	Lettering		Lettering: "Produzido pelas supra renais" em sincronia com a locução.
34'41"	Lettering		Lettering: "Renina" em sincronia com a locução.
34'48"	Lettering		Lettering: "Angiotensinogênio" em sincronia com a locução.
35'07"	Lettering		Lettering: "Angiotensina" em sincronia com a locução.
35'19"	Informalidade		O youtuber diz: "Tranquilo? Não tem estresse".
37'23"	Informalidade		O youtuber diz: "Biologia é um tesão".
37'25"	Humor	Imitação	O youtuber imita um aluno fazendo careta e diz: "Gosto de matemática".
37'55"	Lettering		Lettering: "Peptídeo natriurético atrial (pna)" em sincronia com a locução.
38'02"	Lettering		Lettering: "Produzido no coração" em sincronia com a locução.
38'27"	Lettering		Lettering: "Inibe aldosterona" em sincronia com a locução.

39'21"	Humor		O youtuber, fazendo gestos e sons de bateria, diz na finalização do conteúdo: "E claro, agora chegou, a hora do juízo final.
39'30"	Humor	Imitação	O youtuber imita um ninja.
39'34"	Exercício		O professor insere em tela cheia o print de uma questão da Universidade Estadual de Londrina. Em off, o professor realiza a leitura da questão e indica a resposta correta ao aluno.
44'33"	Cartão	Trilha sonora	Cartão para que o aluno inscreva-se no canal.