

Conforme Fort (2006), o tema qualidade desperta discussões e se refere aos recursos técnicos bem empregados, ao reconhecimento de demandas, à audiência, à abordagem estética (explorando as possibilidades da linguagem), à promoção da educação e de valores, à capacidade de fomentar mobilização e participação, à competência de propagar as diferenças, à diversidade e a abrir oportunidades a novas experiências.

Arielly Kizzy Cunha
José Anderson Santos Cruz
José Luís Bizelli

Produção de vídeos educacionais

Educational video production

ARIELLY KIZZY CUNHA*
JOSÉ ANDERSON SANTOS CRUZ**
JOSÉ LUÍS BIZELLI***

Resumo

O artigo apresenta dados relacionados à produção de vídeos educacionais – conteúdo audiovisual com fins educativos. Para caracterização do objeto da pesquisa, são destacados aspectos desta mídia com missão cultural e educativa, abrangendo suas possibilidades. O propósito é que esse trabalho reflita as atividades de desenvolvimento do produto audiovisual, alguns processos de produção, valores contidos nos conteúdos, e as relações possíveis entre o audiovisual e o contexto de ensino e aprendizagem. Destaca-se a necessidade da participação do profissional da educação, junto ao comunicador, para elaboração da proposta de conteúdo, bem como sua abordagem técnico-científica.

Palavras-chave: Audiovisual. Educação. Vídeo. Produção.

Abstract

The article presents data related to the production of educational videos, audiovisual content for educational purposes. To characterize the research object, aspects of the cultural and educational mission are highlighted, covering its possibilities. The purpose of this work is to reflect the development activities of the audiovisual product, some production processes, values contained in the contents, and the possible relations between the audiovisual and the teaching and learning context. It is important to emphasize the need for the participation of the education professional, together with the communicator, to prepare the content proposal as well as its technical and scientific approach.

* Doutoranda em Mídia e Tecnologia (FAAC/UNESP-Bauru) e Mestre em Televisão Digital (UNESP-Bauru). Email: ariellykizzy@yahoo.com.br

** Doutorando em Educação Escolar (UNESP-Araraquara) e Mestre em Televisão Digital (UNESP-Bauru). Bolsista CAPES. Professor Tutor em Metodologia da Pesquisa Científica na Pós-graduação da Faculdade Anhanguera de Bauru. Email: joseandersonsantosacruz@gmail.com

*** Doutorado em Sociologia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. Professor Adjunto nos Programas de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologias (UNESP-Bauru) e Educação Escolar (UNESP-Araraquara). Email: bizelli@fclar.unesp.br

Keywords: Audiovisual. Education. Video. Production.

Introdução

De acordo com Bonasio (2002), para que haja qualidade na produção televisiva, é preciso que ela seja feita com criatividade, talento, dedicação, conduta profissional pautada na cidadania, com conhecimento das técnicas, geração de imagens esteticamente boas e comunicação eficiente com o público.

Para alcançar esse ideal de qualidade, são aspectos importantes as implicações dessa condição no método de produção, de modo a se adotar uma linguagem própria e adequada a esse propósito. Considerando os nativos digitais, o vídeo deve ser pensado para tal geração e distribuição em diversas plataformas, com distintos formatos e resoluções, considerando, ainda, a influência das possibilidades de interação do telespectador com o conteúdo em multiplataforma.

É fato que as novas tecnologias causam impacto sobre as indústrias culturais. Para compreender essas mudanças, é preciso compreender a influência das transformações sociais, considerar a convergência tecnológica e a rede de produção, distribuição, a troca e o consumo de bens culturais e de comunicação (BOLAÑO, 2010).

Produção de vídeos educacionais

O audiovisual educativo é, geralmente, diferenciado em relação aos conteúdos comerciais, assim como o são os recursos disponíveis para seu desenvolvimento, e essa condição exerce influência direta nos processos que se aplicam a esse modelo específico de produção.

Na etapa de pré-produção do vídeo, ocorrem a criação do programa, o planejamento e o levantamento de requisitos, valores, equipe, tecnologias necessárias. Dentro da criação do programa, ocorrem os processos de concepção da ideia e aferição de sua compatibilidade com os objetivos e viabilidade de seu desenvolvimento técnico e financeiro. Na fase de produção, ocorre a aplicação prática do previsto em reunião, e a captação de imagens. Na pós-produção, o vídeo é editado e finalizado conforme o planejamento.

De acordo com Hartley (2011), a produtividade com a finalidade de contribuir para o processo evolutivo de aprendizagem social e progresso econômico cresce com a valorização da criatividade no universo digital.

Conforme Fort (2006), o tema qualidade desperta discussões e se refere aos recursos técnicos bem empregados, ao reconhecimento de demandas, à audiência, à abordagem estética (explorando as possibilidades da linguagem), à promoção da educação e de valores, à capacidade de fomentar mobilização e participação, à competência de propagar as diferenças, à diversidade e a abrir oportunidades a novas experiências.

Barros Filho (2011) afirma que a programação de ensino compreende programas que de alguma maneira são responsáveis pelo aprendizado do conteúdo por meio do vídeo, útil para formação de saberes, a fim de acumular conhecimento ao indivíduo, fomentando a autonomia e a inserção social.

Um levantamento do IBGE (2016) referente ao acesso à internet, televisão e à posse de telefone móvel celular para uso pessoal, mostra que, enquanto 97% da população brasileira possui aparelho televisor nas suas residências, 91% dos brasileiros possuem aparelhos celulares. Em paralelo, apenas 40% dos domicílios brasileiros tem acesso à internet, sendo que incluindo dados móveis e outras formas de acesso 57% da população tem acesso à internet. Esses dados demonstram que o consumo do hardware é elevadíssimo, e que o consumo do serviço que proporciona conexão global ainda caminha.

Aspectos multiplataformas das mídias atuais

As pessoas conectadas não consomem mais um produto, seja de informação ou puro entretenimento de forma isolada, utilizando apenas um meio de comunicação. Hoje se busca a produção de narrativas multiplataformas e, entendendo o foco da narrativa, uma boa história pode se desdobrar de várias formas, se multiplicando em vários meios. Um conteúdo que seja possível dar continuidade em novas versões, em novas mídias, em novas histórias, sendo que não é apenas adaptado e repetido em diferentes mídias: cada meio possui seu papel na convergência de informação que chegam às pessoas. (ANDAKU, 2009)

Uma forma de lidar com o conceito de multiplataforma é com a segunda tela, ou seja, com o uso de um dispositivo eletrônico como recurso de interação de modo simultâneo à apresentação de um programa na televisão seja ele aparelho celular, computador ou *tablet*.

Com a expansão da tecnologia e do comércio de dispositivos de segunda tela, essa convergência ocorre principalmente fora do ambiente da televisão independente das produtoras de conteúdo.

Segundo pesquisa do Ibope (2012), 43% dos brasileiros que assistem à TV navegam na internet ao mesmo tempo e 29% desses comentam ativamente nas redes sociais sobre o programa que está sendo exibido na televisão naquele momento. Mais de 70% desses afirmam que procuram na internet informações sobre o que está sendo mostrado na TV e 80% desses admitem ter ligado a TV ou trocado de canal motivados por uma mensagem recebida pela internet. Independente de qual dispositivo mantém a atenção, é preciso levar em conta que o objeto da atenção geralmente é o mesmo conteúdo.

Vale ressaltar que, numa educação eletrônica, a TV não pode reproduzir as desigualdades de acesso à tecnologia. É necessário pensar na economia política da comunicação e em operações mercadológicas com relação ao padrão digital para que essa TV em desenvolvimento fomente a comunicação para a cidadania e a qualidade de vida das populações.

Acerca deste assunto, Pretto e Ferreira (2007) expõem que:

Torna-se urgente pensar, simultaneamente, e aí reside exatamente o perigo e uma das maiores dificuldades, em políticas públicas que se articulem horizontalmente e que envolvam inúmeras outras áreas: a educação, a cultura, a ciência e a tecnologia (p. 47).

Segundo Machado (2011), a questão dos valores não pode estar restrita ao âmbito da escola. A organização dos projetos de cada indivíduo precisa ser disseminada também através dos meios de comunicação. Não lidar com a tecnologia nesse meio é criar outra classe de analfabetos.

O vídeo e a educação

Carvalho (2004) expõe que conteúdo audiovisual educativo tem como objetivos: trabalhar para o bem da sociedade, educando, informando e entretendo; buscar a inclusão social, a defesa de pluralidade e das minorias, a formação da identidade cultural; promover o respeito à inteligência, à sensibilidade e ao espírito crítico; repudiar estímulos ao consumo.

Moran (1995) comenta possibilidades do uso do vídeo em sala de aula e benefícios do audiovisual como ferramenta que contribua com o ensino.

O vídeo ajuda a um professor, atrai os alunos, mas não modifica substancialmente a relação pedagógica. Aproxima a sala de aula do cotidiano, das linguagens de aprendizagem e comunicação da sociedade urbana, e também introduz novas questões no processo educacional. (p. 28)

Aqui se explicita a importância do professor na aplicabilidade e na exibição do vídeo, já que é esse profissional que vai direcionar os objetivos a serem alcançados referentes ao conteúdo de acordo com seu planejamento de aula e projeto pedagógico escolar.

Para o autor, apesar de o vídeo estar diretamente ligado com o entretenimento, esse sentimento pode atrair o aluno, estabelecendo pontes com os conteúdos de sala de aula: o vídeo, em parte, toca os sentidos através dos recortes visuais, explora o ver, as situações, as pessoas, os cenários, as cores, as relações espaciais. O ver está apoiando o falar, o narrar, o contar histórias, e a narração falada ancora todo o processo de significação. O vídeo é também escrito: os textos, legendas, áudio descrições, citações, aparecem cada vez mais na tela.

O vídeo é sensorial, visual, linguagem falada, linguagem musical e escrita. Linguagens que interagem superpostas, interligadas, somadas, não-separadas. Daí a sua força. Somos atingidos por todos os sentidos e de todas as maneiras. O vídeo nos seduz, informa, entretém, projeta em outras realidades (no imaginário), em outros tempos e espaços. O vídeo combina a comunicação sensorial cinestésica com a audiovisual, a intuição com a lógica, a emoção com a razão emocional e pelo intuitivo, para atingir posteriormente o

racional. TV e vídeo encontraram a fórmula de comunicar-se com a maioria das pessoas, tanto crianças como adultas (MORAN, 1995, p. 29).

As mensagens emitidas pelo audiovisual exigem pouco envolvimento do receptor, que tem cada vez mais opções de conteúdo disponível e cada vez mais possibilidades de interação. A linguagem audiovisual desenvolve a imaginação e media o mundo através de imagem e de cores propositalmente primorosas.

Considerações finais

A pesquisa desse trabalho pretendeu salientar os pontos que subsidiam os aspectos favorecedores da educação através do uso do vídeo. Essa reflexão se mostra pertinente para a compreensão do quadro tecnológico e produtivo de conteúdo audiovisual, assim como pensar quais as condições e circunstâncias necessárias para sua aplicação.

Os vídeos educativos são também ferramentas no processo educacional, assim como as novas tecnologias multiplataformas que podem complementar e inclusive dialogar com as narrativas audiovisuais.

A pesquisa mais recente do IBGE demonstra que mais de 90% da população possui aparelhos televisores e também aparelhos celulares móveis, o que ainda engatinha é o acesso à internet, com menos de 60% das pessoas desfrutando dessa tecnologia. Da internet, depende o uso das múltiplas telas em paralelo simultaneamente da qual fala a pesquisa do IBOPE. Esse processo de inclusão digital é fundamental para que as mídias se expandam, originando mais ferramentas para a educação.

Destaca-se, nesse cenário, a necessidade da participação do profissional da educação junto ao comunicador para a elaboração da proposta de conteúdo pedagógico educativo e posteriormente também para a importância da atuação do professor na exibição e, no direcionamento educacional do vídeo em sala conjuntamente aos alunos.

Referências

ANDAKU, Rafael. O que é uma estratégia multiplataforma. *Webinsider*, 29 nov. 2009. Seção Curtas. Disponível em: <http://webinsider.com.br/autor/rafael_andaku/>. Acesso em: 10 jun. 2016.

BARROS FILHO, Eduardo Armando de. **Por uma televisão cultural educativa e pública**. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2011.

BOLAÑO, César. **Economia política da comunicação e da cultura**: breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

BONASIO, Valter. **Televisão manual de produção & direção**. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.

CARVALHO, Cristiane Mafacioli. **Uma reflexão sobre o papel dos canais educativos**

no Brasil. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/34269897275230435867749488493462158218.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2017.

FORT, Monica Cristine. **Televisão educativa: a responsabilidade pública e as preferências do espectador.** São Paulo: Anablume, 2006.

HARTLEY, John. **Os estudos culturais e a urgência por interdisciplinaridade: cedo, e não tarde, vamos precisar de uma ciência da cultura.** São Paulo: Matrizes, 2011.

IBGE: MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2015.** Rio de Janeiro, 2016.

IBOPE. **No Brasil, 43% dos internautas assistem à TV enquanto navegam.** 2012. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/No-Brasil-43-dos-internautas-assistem-a-TV-enquanto-navegam.aspx>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

MACHADO, Nilson José. **Entrevista educação: os valores e as pessoas.** São Paulo: Revista Comunicação & Educação, abr. 2011.

MORAN, José Manuel. **O vídeo na sala de aula.** São Paulo: Revista Comunicação & Educação, 1995.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço.** Tradução Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: UNESP, 2003.

PRETTO, Nelson De Lucca; FERREIRA, Simone de Lucena. **Educação, inclusão sociodigital e o sistema brasileiro de televisão digital.** Brasília: Linhas críticas, v. 13, jan./jun. 2007.