



Cadernos de Linguística
ISSN:
ISSN: 2675-4916
miguel@fale.ufal.br
Associação Brasileira de Linguística
Brasil

5 PASSOS PARA (NÃO) PRODUZIR VÍDEOS EDUCATIVOS PARA O YOUTUBE: UMA EXPERIÊNCIA DE DIVULGAÇÃO EM LINGUÍSTICA

Clara Nóvoa Gonçalves Villarinho

Renê Forster

5 PASSOS PARA (NÃO) PRODUZIR VÍDEOS EDUCATIVOS PARA O YOUTUBE: UMA EXPERIÊNCIA DE DIVULGAÇÃO EM LINGUÍSTICA

Cadernos de Linguística, vol. 3, núm. 2, e646, 2022

Associação Brasileira de Linguística

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=689172513002>

DOI: <https://doi.org/10.25189/2675-4916.2022.V3.N2.ID646>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

RELATO DE EXPERIÊNCIA 5 PASSOS PARA (NÃO) PRODUZIR VÍDEOS EDUCATIVOS PARA O YOUTUBE: UMA EXPERIÊNCIA DE DIVULGAÇÃO EM LINGUÍSTICA

5 STEPS TO PRODUCE YOUTUBE EDUCATIONAL VIDEOS: AN EXPERIENCE OF SCIENCE
COMMUNICATION ON LINGUISTICS

Clara Nóvoa Gonçalves Villarinho
Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
Renê Forster
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

DOI: [https://doi.org/
10.25189/2675-4916.2022.V3.N2.ID646](https://doi.org/10.25189/2675-4916.2022.V3.N2.ID646)

Recepción: 30 Abril 2022
Publicación: 06 Septiembre 2023



Acceso abierto diamante

Resumo

A produção exponencial de conhecimento e conteúdos na contemporaneidade tem levado a academia a buscar formas mais amigáveis e atraentes de levar o conhecimento científico ao grande público. Nesse sentido, pesquisadores têm recorrido às redes sociais e às mídias digitais como ferramentas de divulgação científica. Este trabalho apresenta um relato de experiência da divulgação da Linguística no YouTube. Relatamos o processo de criação e os resultados da produção de três vídeos de uma série de animação em stop-motion sobre conceitos básicos da linguística. Neste texto, apresentamos a motivação, descrevemos a proposta e refletimos acerca do fluxo de produção do projeto, dando destaque às dificuldades que, como produtores amadores, encontramos em cada uma dessas etapas. Consideramos, em particular, a dificuldade de adaptação da linguagem acadêmica, as necessidades de financiamento, o domínio de ferramentas técnicas, além da dinâmica de divulgação de conteúdos em ambiente digital. Apresentaremos também os primeiros resultados e as perspectivas futuras do projeto, diante da experiência desses primeiros vídeos.

Palavras-chave: Divulgação científica, Introdução à Linguística, Relato de experiência.

Abstract

The exponential production of knowledge in contemporary times has led academics to seek more friendly and appealing ways to bring scientific knowledge to the general public. Researchers have resorted to social networks and digital media as tools for scientific dissemination. This paper presents an experience report of scientific communication on YouTube. We report the creation process of three videos from a series of stop-motion animations about basic concepts of Linguistics. In this text, we consider, in particular, the five steps of our project's production flow, highlighting the difficulties that, as amateur producers, we found in each of these stages. Among these issues, we consider the difficulty of simplifying academic language, the financing needs, the mastery of technical tools and the dynamics of content dissemination in a digital environment. We also present the first results of this project and consider its future perspectives, given the experience we acquired from those first three videos.

Keywords: Science communication, Introduction to Linguistics, Experience Report.

RESUMO PARA NÃO ESPECIALISTAS

O grande fluxo de produção e transmissão de conhecimento nos dias de hoje tem levado professores e pesquisadores a buscarem formas mais amigáveis e atraentes de levar o conhecimento científico produzido nas universidades ao grande público. Nesse sentido, têm recorrido às redes sociais como ferramentas de divulgação científica. Este trabalho relata uma experiência de Divulgação Científica sobre Linguística no YouTube. Apresentamos, neste texto, o processo de criação de três de uma série de vídeos de animação em stop-motion sobre conceitos básicos dessa disciplina, dando destaque às dificuldades que, como produtores amadores, encontramos em cada uma dessas etapas.

INTRODUÇÃO

Ainda que as tecnologias da informação sempre tenham sido usadas como mediadoras no processo educacional, a recente intensificação de seu desenvolvimento e sua popularização tem viabilizado oportunidades de democratização do acesso ao conhecimento e da formação acadêmica. A transição para o ambiente digital imposta pela recente crise sanitária global causada pela pandemia de COVID-19, ainda, pôs em evidência a importância e a necessidade do uso dessas tecnologias nas práticas educacionais (RABELLO, 2021). Apesar do potencial positivo da intensificação do uso dessas novas práticas, é importante notar que tais tecnologias são produzidas e circulam inseridas em uma cultura mercantilista, o que parece intensificar também a “tiktokização” do conhecimento: a produção massiva de conteúdo para as mídias sociais se traduz muitas vezes em materiais apelativos e de baixa qualidade (DA SILVA, 2020). As baixas barreiras para a produção de informação e a capilaridade dos recursos de tecnologia da informação acarretam, ainda, a chamada desordem informacional, caracterizada por negacionismos e pelas “fake news” (Cf. FORSTER et al., 2021).

O presente trabalho é um relato de experiência de um projeto que buscou se constituir como uma pequena intervenção nesse universo da comunicação audiovisual nas mídias sociais. Tratamos da produção de uma série de vídeos de animação em stop-motion como veículo de divulgação científica em Linguística (e, adicionalmente, como apoio a atividades pedagógicas no Ensino Superior em cursos introdutórios de Linguística)¹. Nossa motivação principal foi a de nos apropriarmos das tecnologias da informação, mais particularmente das ferramentas audiovisuais, para a produção de conteúdo que incorpora a lógica da concisão e simplicidade das mídias sociais sem deixar de se pautar pelo rigor científico e por uma postura reflexiva.

É certo que podemos encontrar hoje muito conteúdo digital em formato de vídeo disponível para as atividades de ensino e divulgação em Linguística. Contudo, como já sinalizamos, alguns problemas se impõem. Parte desse material se fundamenta em um planejamento precário. São “aulões” e “resumos” que reproduzem sempre uma mesma narrativa sobre os conhecimentos, via de regra numa concepção bancária (FREIRE, 1983). Outra parte desse material, embora se fundamente em uma postura mais reflexiva ou crítica sobre o conhecimento, peca pela limitação dos recursos técnicos empregados, o que torna o material pouco interessante e amigável.

O projeto que relatamos é uma tentativa de produzir conteúdos audiovisuais que se orientem em dois pilares: (i) o de apresentar uma abordagem reflexiva sobre esses conteúdos, de forma a não simplesmente reproduzir narrativas sobre os conhecimentos, mas tentando apresentá-los sob novas perspectivas, mais próximas e acessíveis ao público-alvo e (ii) o de buscar recrutar ferramentas técnicas adequadas para que essa produção consiga de fato se apropriar dos recursos tecnológicos disponíveis, se integrando à linguagem digital contemporânea. A proposta agrega alguns projetos embrionários nesse sentido (discriminados ao fim do texto entre as fontes de financiamento) que têm, dentre seus objetivos, o de possibilitar o desenvolvimento de conhecimentos técnicos no âmbito da comunicação e da produção audiovisual para a Educação.

As produções, neste momento do projeto, são ainda de carácter experimental. Atualmente, duas das animações já estão publicadas: “O que é Linguística?” (<https://youtu.be/ObYCE4vxfto>) e “O que é Língua? 6 características das línguas humanas” (<https://youtu.be/gyBH5JgSSR4>). Uma terceira, com o título provisório de “Como a língua funciona? A Linguística da mente”, está em fase final de produção. Outras duas, uma sobre Aquisição de Linguagem, com foco em Línguas de Sinais, e outra sobre Variação Linguística, estão em fase de roteirização.

O objetivo do presente relato de experiência, consoante com a proposta deste volume temático que reúne trabalhos do evento ABRALIN Em Cena 16, é o de discutir temas, métodos, plataformas e motivações para a produção de materiais de divulgação científica. Fazemos isso apresentando reflexões sobre algumas etapas da produção de conteúdo audiovisual. Em cada uma das 5 etapas que consideramos a seguir, que vão da roteirização à divulgação, pontuamos, em particular, as dificuldades encontradas nesse processo, visando a, quem sabe, ajudar futuros produtores nesse processo de tentativas e erros.

Apesar de os recursos materiais e conhecimentos necessários para a produção audiovisual serem hoje mais acessíveis que no passado, as barreiras para esse tipo de produção são maiores do que a princípio se possa imaginar. Ao longo do texto, apontamos algumas delas, considerando também algumas soluções provisórias que temos encontrado nessa trajetória.

1. ROTEIRO

A proposta dos dois primeiros vídeos de nossa série era a de trazer as duas noções que, no nosso julgamento, são as mais centrais para a compreensão dos Estudos da Linguagem como ciência, que são os conceitos de Língua e de Linguística. Como dissemos, um dos eixos centrais desse projeto foi o de apresentar uma proposta reflexiva sobre a abordagem tradicional das noções que discutimos. Claro que, por serem vídeos introdutórios e de divulgação, não se faz explicitamente uma discussão epistemológica. Nossa tentativa foi a de apresentar uma narrativa diferente da que tradicionalmente encontramos nesses tipos de material ou em cursos introdutórios.

No caso do vídeo sobre Linguística, sem deixar de mencionar figuras históricas (como Ferdinand Saussure e William Labov), procuramos escapar da perspectiva historiográfica comum nesse tipo de apresentação. Embora interessante para o profissional de Letras ou Linguística, essa perspectiva pode soar pouco atraente para aqueles que buscam um primeiro contato com o tema. Tentamos, assim, dar destaque a correntes contemporâneas da Linguística que, investigando temas da atualidade (como as ideologias ou as neurociências), podem se conectar mais facilmente com o espectador. De forma semelhante, no vídeo sobre as características das línguas humanas, ao invés de nos atermos a alguma corrente ou pensador específico, como a usual lista de universais de Hockett (HOCKETT, 1963), buscamos também listar características que, ao mesmo tempo, fossem teoricamente relevantes, mas acessíveis a um primeiro contato. Aproveitando o ensejo do tema, incorporamos, além disso, uma estratégia comum de vídeos para redes sociais, que é o apelo ao formato de lista (que metalinguisticamente trazemos no título deste texto também), o que dentre outros fatores, possivelmente explicou uma melhora do tempo médio de visualização do segundo vídeo (37,1%) em comparação ao primeiro (31,2%).

Em resumo, tanto em um quanto em outro vídeo, tentamos pinçar elementos que pudessem se mostrar mais atraentes ao primeiro contato com os temas. O desafio, nesse processo, é o de conciliar a clareza e a simplicidade com a necessidade de rigor e precisão, duas demandas que costumam caminhar em sentidos diferentes. Em um vídeo de divulgação, não é possível supor que o espectador tenha um conhecimento prévio sobre o tema. As demandas de concisão também impedem explicações muito longas. Assim, é preciso recorrer a simplificações didáticas e a uma linguagem que evite jargões. Isso, contudo, só pode ser feito até o limite em que o conteúdo não seja distorcido a ponto de se tornar inadequado. Essa tensão foi inclusive refletida em muitos dos feedbacks que recebemos de colegas de profissão: ao mesmo tempo que acharam o primeiro vídeo demasiadamente longo (com 7'11"), julgaram também que algumas informações ficaram de fora, em especial, a referência a correntes da linguística contemporânea que não conseguimos citar.

No sentido de diminuir um pouco a extensão do segundo vídeo (6'28") em relação ao primeiro, uma das estratégias que conseguimos implementar foi a de deixar um pouco mais de informação a cargo da linguagem visual, ou seja, a cargo das animações em si, algo que, como profissionais da escrita, estamos pouco habituados a fazer. No caso de vídeos em animação, não basta um roteiro de narração bem construído e uma boa pesquisa bibliográfica, é preciso que o roteiro de imagens consiga transmitir o que se quer dizer e, ao mesmo tempo, ser dinâmico o suficiente para atrair a atenção do leitor. Essa passagem da linguagem verbal à linguagem visual tem sido, para nós, talvez a maior dificuldade do ponto de vista do roteiro, uma vez que muitas noções, para serem traduzidas em imagens, requerem um grau considerável de abstração e criatividade, que se afastam um pouco das práticas habituais de linguagem na academia.

2. PRODUÇÃO

A solução da gravação em stop-motion foi uma ideia que partiu da intenção de evitar o formato comum de videoblogue, sem ter os custos de uma animação digital. O formato de videoblogue, apesar de bastante popular no YouTube, tem um caráter mais personalista e exigiria a presença de uma espécie de âncora (o que a discrição dos produtores envolvidos impediria). A animação digital, por sua vez, ou exigiria uma longa curva de aprendizado para o domínio das ferramentas de produção e edição, além de dezenas de horas de trabalho para a execução dessas tarefas, ou demandaria a contratação de um profissional que produzisse toda a parte visual, do início ao fim, de cada um dos vídeos, o que seria inviável considerando os recursos financeiros disponíveis.

O stop-motion se colocou, assim, como uma alternativa viável para a produção dos vídeos. Por um lado, era compatível com as habilidades técnicas dos produtores, além de ser um formato já familiar a um deles, que havia contribuído, em 2016, para a produção de um vídeo usando essa técnica em um projeto pessoal. Por outro lado, permitia a gravação com uma câmera semiprofissional, cuja operação básica era acessível aos envolvidos na produção e cuja aquisição já era prevista no projeto ao qual este trabalho se subordina². Uma vez de posse dos equipamentos, a produção dos vídeos teria como único custo a contratação de um profissional que produzisse as ilustrações utilizadas, o que foi viabilizado pela parceria estabelecida no referido projeto de 2016, cuja ilustradora se mostrou interessada e disponível para a participação no trabalho aqui apresentado. De modo a evitar que os custos dessa contratação excedessem a exiguidade do orçamento, solicitou-se a produção de desenhos com traço simples, não coloridos. As ilustrações eram entregues em papel recortado (em diferentes cores de papel). Esses recortes eram manipulados durante uma sequência de fotos de modo a criar a sensação de movimento, como é comum nesse tipo de técnica. A experiência da ilustradora em produções desse tipo ajudou a compensar certos "buracos" que acabamos por notar a posteriori no roteiro de imagens e também a compensar as limitações de um processo fordista. O fornecimento de ilustrações adicionais (não previstas inicialmente no roteiro) e o provimento das já solicitadas em diversos tamanhos e formas permitiu que se dispusesse de opções durante a gravação e viabilizou que a filmagem ocorresse em duas ou três sessões sem a necessidade de novas demandas à ilustradora por imprevistos.

Apesar da generosidade da contribuição da ilustradora, consideramos, ainda assim, que a necessidade de contratação de um profissional pode acabar excedendo as possibilidades de algumas iniciativas futuras. Em razão disso, em caráter experimental, o terceiro vídeo da série, em fase de produção, está sendo realizado com inspiração em técnicas de colagem. Imagens da internet (fotografias e ilustrações) são coletadas, adaptadas, editadas impressas e recortadas e, posteriormente, manipuladas em stop-motion. O principal desafio, nesse sentido, é o de "curadoria" das imagens, que devem ser de uso livre, grandes e em alta qualidade (para que uma boa impressão seja viável). Alguns serviços, como o Wikimedia e o Freepik, fornecem algumas imagens que se enquadram nesses critérios. O repertório do primeiro, contudo, é um pouco limitado e o segundo traz também muitas imagens com direitos reservados. A estratégia, então, tem sido a busca no Google Imagens e no Pinterest por imagens de uso livre, ou sob a interpretação (que esperamos estar correta) de que as elas podem ser usadas nos termos do que é chamado fair use³. Evitamos, entretanto, coletar imagens que nitidamente têm direitos de uso restrito, como aquelas disponibilizadas em

stocks, como o Shutterstock e semelhantes. Em relação à qualidade, nos casos em que as imagens são pequenas ou estão em baixa resolução, com auxílio do Photoshop, alguns filtros artísticos são aplicados às imagens (como por exemplo o halftone⁴), em geral com o propósito de transmitir a sensação de que a baixa qualidade é intencional.

3. GRAVAÇÃO

Pelas etapas de gravação, designamos as sessões em que foram realizadas as fotografias das ilustrações para compor o stop-motion e em que foram gravados os áudios de narração. Trata-se, sem dúvida, das etapas que, no nosso projeto, demandaram mais custos, pois foi necessária a aquisição de uma câmera semiprofissional (Canon Rebel SL3), recursos de iluminação (um softbox girafa⁵ e um ringlight⁶), um tripé profissional (Manfrotto MK055XPRO3) que se articulasse a 90° (já que, para o stop-motion as ilustrações que compõem a animação são manipuladas em uma mesa), dois tripés utilizados para suportar três placas de isopor, que formaram uma caixa refletora, e um controle remoto cabeado para a câmera. Esses equipamentos formaram o setup que apresentamos na Figura 1, com um custo total de cerca de R\$ 10.000, financiados pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ).

Figura 1 - Setup para a gravação das animações em stop-motion



Figura 1

Setup para a gravação das animações em stopmotion

A primeira dificuldade nessa etapa foi a iluminação. O primeiro vídeo, em particular, teve problemas relevantes de oscilação de luz devido à recalibração automática da câmera (configurada no modo automático de cenas dinâmicas) na transição entre fotos e a ausência da caixa refletora (presente na Figura 1). Os problemas implicaram não só na qualidade do vídeo, pois a variação de iluminação é perceptível no produto final, mas também no processo de edição, pois foi necessária a aplicação de filtros em diversas circunstâncias para amenizar a oscilação. No segundo vídeo, sob a orientação de um fotógrafo, foi possível ajustar manualmente as configurações de fotometria da câmera (ISO, abertura e velocidade) e mantê-las fixas durante toda a gravação, com o cuidado de manter constantes também as fontes de luz (o que envolveu cobrir todas as fontes de luz natural do ambiente, uma vez que a luz natural varia ao longo do

dia). Parte desse problema se deveu ao fato de a gravação ter sido realizada em casa, fora de um estúdio profissional.

Outra surpresa no processo foi o tempo demandado para a gravação. Apesar de os vídeos terem apenas cerca de 7 minutos, a gravação quadro a quadro que resulta no stop-motion requer horas de gravação. Ao todo, é possível estimar que cada vídeo tenha levado cerca de 18 horas de gravação, em geral, divididas em duas ou três sessões em diferentes dias.

A inacessibilidade de um estúdio também impactou negativamente a gravação da narração em áudio. Foram várias as tentativas realizadas de gravação do material em casa, mas era frequente a presença de ruídos externos ou de eco. Para compensar ambos os problemas, a solução encontrada foi a gravação do áudio dentro de um armário de roupas, que permitia, ao mesmo tempo, a proteção contra o ruído externo e o abafamento do eco. Contudo, o resultado final ainda deixa a desejar principalmente porque, até este momento, não houve disponibilidade financeira para adquirir um microfone adequado. A gravação com um celular e um microfone comum resultou em estalos que se notam nas frequências mais agudas do áudio.

4. EDIÇÃO E FINALIZAÇÃO

As etapas de edição e finalização envolveram os procedimentos de edição de imagem, sincronização das fotografias com a narração, a inserção e sincronização da trilha sonora, efeitos sonoros e legendagem. A organização do fotograma e a incorporação dos áudios foi realizada por meio do software Sony Vegas. Novamente, apesar da curta duração do produto final, a edição não foi um processo rápido, uma vez que a técnica de stop-motion exige que o editor trabalhe praticamente quadro a quadro. Adicionalmente, foi necessária a criação das vinhetas com os subtítulos do primeiro vídeo, para as quais foram criadas diversas composições digitais de imagens, utilizando o Photoshop CS6, a partir de recortes das fotografias captadas durante a gravação. Essas imagens foram, então, montadas como fotograma de uma animação digital, utilizando o programa Movavi Video Editor 15 Plus, e integradas ao restante do vídeo, mantendo a estética do stop-motion. O parâmetro de base para a criação do vídeo foi o de 5 quadros (ou seja, fotos) por segundo, o que dá a sensação de movimento, mas sem a impressão de continuidade que caracteriza os vídeos de movimento contínuo (editados com pelo menos 30 quadros por segundo). Para cada vídeo, é possível estimar uma faixa de 20 a 30 horas de tempo de edição.

A possibilidade de inserção de trilha sonora se valeu da disponibilidade de trilhas gratuitas em sites como o Epidemic Sound⁷ e Uppbeat⁸, que oferecem um período limitado de assinatura gratuita, durante o qual é possível fazer, sem custos, o download de faixas de áudio e sua publicação como trilha de vídeos. A trilha foi importante não apenas para dar dinâmica aos vídeos, mas também para compensar parte dos ruídos remanescentes no áudio da narração. Os efeitos sonoros utilizados também puderam ser encontrados na internet em sites especializados. Embora eles tenham sido pouco empregados nos dois primeiros vídeos, o planejamento é o de que se passe a explorá-los com mais frequência nas produções posteriores, uma vez que parecem fornecer mais concretude às ilustrações.

Com a versão final do vídeo já editada e sonorizada, a legendagem foi feita diretamente no YouTube. A motivação para que todos os filmes da série fossem legendados partiu, além de uma consideração do fator acessibilidade, de experiências anteriores dos produtores com vídeos em mídias sociais, nas quais se observou que frequentemente os materiais eram reproduzidos em dispositivos móveis e sem som (possivelmente em situações como a de deslocamentos ou em ambientes com ruídos). Embora o YouTube, em particular, não forneça esse tipo de métrica, acreditou-se que, ao menos parcialmente, a experiência das outras mídias sociais seria refletida nesta plataforma.

5. PUBLICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

A etapa do projeto em que, até o momento, houve mais dificuldade é o processo de divulgação. Embora a publicação dos materiais no YouTube seja rápida e fácil, fazer com que o vídeo seja exibido e/ou encontrado pelo público exige atualmente certo conhecimento do que vem sendo chamado de Search

Engine Optimization (SEO). Os algoritmos do YouTube, assim como os das demais mídias sociais, ranqueiam a exibição dos conteúdos em razão de uma série de critérios. Em geral, esses critérios tendem a valorizar a produção de conteúdo que se adequa a uma lógica mais industrial, isto é, tendem a privilegiar, por exemplo, canais que tenham uma produção regular e frequente, uma audiência consistente ou ainda conteúdos patrocinados. Experiências anteriores de outros projetos de divulgação dos produtores já demonstravam o impacto negativo que a criação de um canal próprio, para um projeto que prevê a publicação de novos vídeos com intervalos de algumas semanas ou meses, traria para o alcance e o engajamento entre os usuários da plataforma. Por essa razão, a despeito da intenção inicial de evitar dar um caráter personalista aos vídeos, optou-se pela utilização do canal profissional de um dos produtores para a publicação dos vídeos, tendo em vista o fato de que, à época (ainda durante o período de trabalho remoto requerido pela pandemia de Covid-19), o canal era utilizado como plataforma para aulas e, por isso, apresentava um fluxo semi-diário de publicação e um número crescente de inscritos.

Assim, as expectativas por uma audiência são um tanto limitadas neste momento. O primeiro vídeo, publicado em setembro de 2021, conta, no momento, com um total de cerca de 800 visualizações. O segundo, publicado em fevereiro de 2022, conta com cerca de 280 visualizações. Em razão disso, uma das atuais tarefas do projeto, que hoje conta com uma equipe de cinco bolsistas de diferentes áreas do conhecimento, é a de desenvolver e investigar melhores estratégias de divulgação.. Uma das estratégias que vem sendo explorada é a consolidação de parcerias com divulgadores da linguística e áreas afins já estabelecidos em diferentes plataformas (como o Instagram, o TikTok e o próprio YouTube). Ainda que alguns contatos iniciais já tenham sido estabelecidos, tais parcerias serão estabelecidas conforme mais vídeos forem publicados, de modo a podermos contribuir mais robustamente para a produção de conteúdo desses canais.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS E DIRECIONAMENTOS FUTUROS

Na experiência desse projeto de produção de conteúdos audiovisuais, em suma, tivemos a percepção de que, muito embora os recursos tecnológicos e conhecimentos estejam hoje mais acessíveis, não se pode desprezar as necessidades de financiamento e nem do desenvolvimento de conhecimento especializado para esse fim. Por um lado, os equipamentos e condições necessárias para a produção de vídeos em um processo mais profissional ainda não podem ser considerados, de fato, baratos. Por outro, esse tipo de projeto recruta conhecimentos técnicos de diferentes áreas, que vão desde os saberes de natureza textual, necessários para a roteirização, por exemplo, a todo um conhecimento sobre a natureza das ferramentas tecnológicas: iluminação, fotografia, edição, sonorização e mídias sociais, passando, é claro, pelos conhecimentos especializados da área temática dessas produções, no nosso caso, a Linguística.

Na saturada esfera da comunicação digital, a tarefa de divulgação científica também encontra a barreira de se destacar em um mar de conteúdos, o que intensifica a necessidade de que os produtores adaptem formatos e linguagens com o objetivo de produzirem materiais amigáveis e atraentes para o público geral.

Contudo, diferentes experiências têm mostrado que superar essas barreiras com a produção de conteúdo relevante e de qualidade é possível. Neste horizonte, temos casos como o The School of Life⁹, que dedica parte de suas produções de animação digital à divulgação de conceitos e pensadores da filosofia e da psicologia, e que serviu de inspiração para a linguagem incorporada neste projeto. No Brasil, destaca-se o canal do biólogo Atila Iamarino¹⁰, que de uma longa trajetória em experiências de divulgação, vem agora produzindo conteúdos sobre diversas áreas do conhecimento com o apoio do Instituto Serrapilheira. Na área da Linguística, há ainda casos como o do canal Jana Viscardi¹¹, e ainda na esfera da comunicação digital, mas fora da produção audiovisual, casos como o da linguista Luana Conto, no Instagram¹², ambas experiências relatadas também no Abralín em Cena 16, além do periódico Roseta¹³.

Na nossa experiência, apesar das dificuldades iniciais, notamos que as produções progressivamente têm ganhado em qualidade e em audiência e esperamos que, na finalização dessa série, possamos ter nos apropriado de conhecimentos para o desenvolvimento de outros projetos nesse domínio. Por ora, planejamos conseguir corrigir os problemas técnicos que já temos notado, em particular, como dissemos, os

relativos à iluminação e sonorização. Esperamos também, progressivamente, explorar com mais domínio os recursos visuais de animação. Temos ainda o desejo de poder realizar a interpretação destas produções para a Língua Brasileira de Sinais e, possivelmente, também sua tradução para língua inglesa.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Thais Linhares (<https://www.instagram.com/thaisqlinhares>) pelas ilustrações, a Christian Weitzel (<https://www.instagram.com/christianweitzel/>) pela consultoria em Fotografia, à Profa. Angela Baalbaki (UERJ) pela consultoria de conteúdo no vídeo “O que é Língua” e ao Prof. Décio Rocha (UERJ), à Profa. Angela Baalbaki (UERJ), à Profa. Sandra Bernardo (UERJ) pelo apoio no projeto FAPERJ “Disciplinarização da Linguística”. Agradecemos também a todos os colegas que nos deram feedback em relação aos vídeos e aos bolsistas do projeto Prodência/UERJ, cujo apoio tem sido fundamental para o desenvolvimento das novas fases deste projeto. Agradecemos, ainda, aos revisores, cujas sugestões e observações cuidadosas certamente contribuirão para o desenvolvimento de todo o projeto.

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

Conflito de Interesse

A autora e o coautor não têm conflitos de interesse a declarar.

Declaração de Disponibilidade de Dados

O compartilhamento de dados não é aplicável a este artigo, pois nenhum dado novo foi criado ou analisado neste estudo.

Fonte de Financiamento

O coautor agradece o financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ) (E-26/010.000145/2016). Subsidiariamente, este texto também contou com o suporte do projeto PRODOCÊNCIA/UERJ “Letramentos na prática de professores de língua materna e de segunda língua: uma proposta de produção de recursos audiovisuais”, do projeto DEPEXT/UERJ “Escritório-Modelo Transdisciplinar de Comunicação Institucional do Instituto de Letras” e do projeto de monitoria em Linguística (CETREINA/UERJ).

AValiação

DOI: 10.25189/2675-4916.2022.V3.N2.ID646.R

Decisão Editorial

Lou-Ann Kleppa

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0317-9440>

Editora 1: Universidade Federal de Rondônia, Rondônia, Brasil.

Cecilia Farias de Souza

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2340-2390>

Editora 2: Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Hélio de Oliveira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4271-6237>

Editor 3: Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasil.

O relato de experiência de Clara Vilarinho e Renê Forster intitulado “5 passos para (não) produzir vídeos educativos para o Youtube: uma experiência de divulgação em linguística” apresenta ao leitor tanto o processo de criação de vídeos pelo qual os autores passaram como um método de fazer popularização (as cinco etapas citadas seriam: roteiro, produção, gravação, edição e finalização, publicação e divulgação). Fica evidente que o movimento de popularização não se limita a uma simplificação da linguagem: trata-se de criar um produto novo. E, para criar, é preciso técnica e criatividade, especialmente em contextos de poucos

recursos financeiros. Esperamos que o texto e os vídeos dos autores sirvam de inspiração para outros linguistas.

Rodadas de Avaliação

Thiago Oliveira da Motta Sampaio

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4153-0772>

Avaliador 1: Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, Brasil.

Dawton Lima Valentim

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6240-4030>

Avaliador 2: Universidade Estadual do Ceará, Ceará, Brasil.

RODADA 1

Avaliador 1

2022-06-18 | 07:19

Primeiramente, considero que uma avaliação de relato de experiência seja uma avaliação do relato de experiência, não se confundindo com um artigo de discussão metodológica/epistemológica.

Dito isso, um elogio à iniciativa dos autores. Assisti aos vídeos e os entendo como bastante bem feitos. Acredito que se não tivesse lido alguns dos pontos negativos levantados no próprio texto eu sequer teria prestado atenção. Por exemplo, quanto ao áudio, mesmo não sendo da qualidade mais alta possível, está bem claro e fácil de compreender. Acredito que alguém que não esteja usando fones dificilmente julgaria que a qualidade precise melhorar. Falo isso como ouvinte e produtor de podcasts [e levei anos até ter microfones realmente sugeridos para esse tipo de produção].

Parabenizo também pois muitas das minhas preocupações ao ler certos parágrafos foram imediatamente resolvidas palavras ou linhas depois como, por exemplo, a questão dos direitos autorais das imagens do terceiro vídeo.

Acredito que a ideia de relatar a experiência é bem interessante pelas próprias motivações levantadas pelos autores: levantar possíveis dificuldades que outros potenciais produtores iniciantes possam ter. Boa parte de meu parecer focará nesse ponto. Nenhum dos pontos será uma crítica ao artigo ou aos vídeos. Em caso de mudanças no artigo após este parecer, gostaria de lê-las, mas não há nada que eu diga que impeça a publicação do trabalho.

No mais, boa parte dos comentários levantados neste parecer dizem respeito a sugestões para o trabalho e não necessariamente ao artigo. Mas sugestões para o artigo também seguem abaixo.

Sobre a escolha pelo Stop-Motion

Entendo a argumentação dos autores de que o stop-motion poderia ser um meio de produção dos vídeos com materiais que já estivessem mais disponíveis, sem um enorme gasto em materiais nem a necessidade de um âncora. Acredito que as animações tenham maior potencial de prender as pessoas em frente ao vídeo (dada uma tendência de escutar o youtube ao invés de assistir aos vídeos). Ademais, pode se tornar mais atrativo para crianças e adolescentes, o que seria uma contribuição enorme em relação a um vlog. Porém, o próprio relato demonstra as dificuldades de criação de vídeos em stop-motion: gasto com ilustrador, tempo de trabalho do ilustrador, tempo de gravação e tempo de edição dos vídeos.

Acho que faltou no texto um parágrafo que comentasse a relação custo-benefício do stop-motion pois, ao menos na minha opinião, ao ler esse artigo eu me colocaria cada vez mais distante da ideia de fazer algo semelhante e provavelmente escolheria os vlogs por praticidade, apesar de preferir as animações.

Ademais, qual a relação de custo entre a animação digital e a criação de várias ilustrações? O custo da animação digital poderia, em alguns casos pelo menos, compensar as dezenas de horas de gravação + as outras dezenas de horas de edição dos vídeos [à la time is money]?

Consgo ter uma ideia das respostas dos autores, mas gostaria de ver ao menos alguns comentários sobre estes pontos no artigo considerando que a ideia do trabalho é declaradamente informar das dificuldades de modo a servir de exemplo para novos e futuros criadores de conteúdo.

Feedback dos colegas de profissão

A coisa mais comum é que colegas de profissão não encontrem informações que gostariam de ver no material, desconsiderando a limitação de tempo e a escolha das prioridades. Sou da opinião de que um

material para o público amplo não precisa se preocupar demasiadamente com isso se estiver passando a informação. O público que quiser saber mais, irá procurar outros materiais, seja de divulgação, seja mais técnico. Todo material é útil e diria para não se preocuparem demais com a opinião dos colegas, exceto quando eventualmente acreditarem / perceberem que realmente se trata de uma falha.

Pesquisa bibliográfica, referências e “saiba mais”

Como comentado, “o público que quiser saber mais irá procurar outros materiais, seja de divulgação, seja mais técnico.”

Soma-se a isso o seguinte trecho do artigo:

“No caso de vídeos em animação, não basta um roteiro de narração bem construído e uma boa pesquisa bibliográfica [...]”

Uma sugestão para as produções seria indicar um “Saiba Mais” ao menos com as referências, o que ajuda a dar credibilidade ao material, indicando que não se trata de um vídeo que “saiu da cabeça do produtor”, mas dessa boa pesquisa bibliográfica.

Questões mais técnicas

Microfone:

Eu diria que um microfone razoável como o do celular reportado no artigo, em um local relativamente amplo e silencioso já são ótimos estúdios. Para melhorar, talvez uma preocupação com a reverberação ambiente semelhante à que tiveram com a assessoria de um fotógrafo para configurar a câmera manualmente sairiam bem mais baratos e teriam um resultado a curto prazo melhor do que apenas comprar o melhor microfone do mundo [ex. colocação de pequenas placas acústicas em locais estratégicos].

Tempo dos vídeos

Quanto ao tempo de vídeo que muitos acharam longos, não sei se é o meu padrão de vídeos assistidos no youtube, mas eu diria que é muito raro eu ver um vídeo de menos de 7 minutos e que a média seria de pelo menos 10 a 15 minutos. E não falo sobre palestras e tutoriais. Ao menos no meu padrão de consumo, vídeos de 5 minutos é cada vídeo contendo uma música para me concentrar no trabalho. Acredito que o tempo está excelente.

De todo modo, entendo que embora exista um certo padrão que tentamos seguir, cada formato é um formato e cada público é um público. Acredito que os únicos que podem dizer se o vídeo está longo ou não é alguém que esteja dentro do público alvo. Por público alvo, entendo o 'público geral', um dos indicado pelos autores, não o público das aulas de introdução para quem se espera algum nível de aprofundamento durante a disciplina.

Público-Alvo

Uma última sugestão [embora não seja uma questão sine-qua-non] seria que os autores definam melhor o público-alvo. O grande público seria quem? Os autores acreditam que o vídeo alcançará todas as faixas etárias igualmente? Todos os níveis de escolaridade igualmente? Seria interessante focar naqueles que se espera alcançar mais?

Acredito que definir melhor o público-alvo pode auxiliar a própria produção do conteúdo. O tipo de linguagem, tipo de referências que podem ser usadas para relacionar o conteúdo com algo já conhecido pelo público, etc.

Algum conhecido dos autores estaria dentro desse público-alvo? Estando, qual a opinião desta pessoa sobre o material?

Claro que não é necessário pensar nesses pontos e muitas vezes miramos num público e as estatísticas demonstram que estamos atingindo outro. De todo modo me parece importante ter essas questões em mente, mesmo que ainda não respondidas.

Canal Youtube e divulgação

Acredito que, considerando a não personalização de um âncora, seria importante ter um canal próprio para esses vídeos, com identidade visual própria e semelhante à dos vídeos e, talvez, considerando as potenciais respostas dos questionamentos que levantei em (a). Outra forma de tentar aumentar o alcance seria buscar conversar com outros divulgadores da linguística que tenham maior alcance que poderiam ajudar na divulgação.

No mais, considerando se tratar de um relato de experiência, considero a experiência muito bem relatada, com bons detalhes sobre cada fase do processo de produção e as potenciais sugestões de alterações no texto podem ser encontradas nos itens acima, especialmente aquele relacionado ao custo-benefício da escolha pela técnica de stop-motion.

Avaliador 2

2022-07-07 | 02:05

O trabalho "5 passos para (não) produzir vídeo educativos para o youtube" foi avaliado e considerado produtivo para publicação, uma vez que atendeu aos objetivos propostos de maneira não só satisfatória, mas também exemplar. Ficou nítido o comprometimento dos autores com a construção de um relato acessível a pessoas que não constituam diretamente a cultura disciplinar acadêmica, bem como com a construção da própria experiência de divulgação científica por meio da maior plataforma de compartilhamento de vídeos da atualidade. Sugere-se, contudo, uma última revisão textual, a fim de corrigir eventuais lapsos de domínio da norma culta.

RESPOSTA DOS AUTORES

DOI: 10.25189/2675-4916.2022.V3.N2.ID646.A

RODADA 1

2022-08-04

Prezados pareceristas,

Agradecemos e cumprimos os professores Thiago Oliveira da Motta Sampaio e Dawton Valentim pela cuidadosa revisão do manuscrito e pelas relevantes sugestões, que sem dúvida enriqueceram nosso trabalho. Avaliamos que as principais considerações levantadas pelos revisores se agrupavam em três pontos: (a) a escolha da linguagem/técnica (stop motion), (b) a estratégia de divulgação e (c) o público alvo dos vídeos. Dessa forma, tentamos expor de forma mais detalhada as razões que nos levaram às decisões concernentes a esses três aspectos, reformulando alguns trechos do texto: i) os parágrafos iniciais da seção 2 (p. 5-6), atendendo ao ponto (a); ii) a seção 5 (p. 11-12), atendendo ao ponto (b); e iii) a introdução, com a inserção da nota de rodapé número 3 (p. 2), atendendo ao ponto (c). O trabalho foi submetido, ainda, a uma revisão textual cuidadosa, atendendo à sinalização dos pareceristas acerca dessa necessidade. Com isso, esperamos ter atendido às sugestões dos colegas revisores.

Adicionalmente, agradecemos as atenciosas e pertinentes sugestões acerca de temas mais amplos de nosso projeto. Nesse sentido, gostaríamos de informar que tais sugestões foram gratamente acolhidas por nós e nossa equipe e têm contribuído para o desenvolvimento das etapas atuais do projeto.

Finalmente, gostaríamos de agradecer e parabenizar os editores pela iniciativa deste volume temático, que cremos poder fomentar a discussão de um tópico ainda incipiente no país, e nos colocamos à disposição para atender a eventuais solicitações futuras.

REFERÊNCIAS

- DA SILVA, A. M. Da uberização à youtuberização. RTPS-Revista Trabalho, Política e Sociedade, v. 5, n. 9, p. 587-610, 2020.
- FORSTER, R., DE CARVALHO, R. M., FILGUEIRAS, A., & AVILA, E. (2021). Fake News: O Que É, Como Se Faz E Por Que Funciona? Scielo PrePrints, 2021. DOI <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.3294>
- FREIRE, Paulo. Pedagogia do oprimido. Ed. 17ª, Rio de janeiro: Paz e Terra, 1983.
- HOCKETT, Charles F. The problem of universals in language. Universals of language. 2. Cambridge: MIT Press, 1963.
- RABELLO, Cíntia R. L. Tecnologia, ensino de línguas e pandemia: passado, presente e futuro. Revista Línguas & Ensino, v. 3, p. 11-32, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/le/article/download/50912/27627>. Acesso em 04/2022.