

# Um parâmetro atual da viabilidade de vídeo curto na Educação<sup>1</sup>

Fernanda Josirene de Melo Ferreira, Cleide Jane de Sá Araújo Costa.

Centro de Educação (CEDU) – Universidade Federal de Alagoas (UFAL)  
Campus A. C. Simões - CEP: 57072 - 900 – Maceió - AL - Brasil

{fynanda, cleidejanesa}@gmail.com

**Abstract.** *This article is about a problem related to the vertical and long discourse prevalent in video lessons, which leads to a more sterile learning, difficulty concentrating and it doesn't bring the global vision of a response, needing to watch its totality. In this sense, the research question is: how to explore short video applications to help the teacher identify what best suits his pedagogical proposal? To mitigate these issues, the goal of the research is to analyze applications that enable the production of short video. For this, comparative tables were constructed based on tests and documental study of the applications through an exploratory research, which brings a quantitative approach, analyzing aspects of the important applications to the pedagogical context and qualitative in the analysis through the categorization of the applications. The article suggests adopting Facebook's "your day" function as a common result indicated by the confrontation of the two analyzes. However, the result should be flexible, since it is perceived that adopting an application will depend on the needs of the educational context to be applied.*

**Key words:** *short video, video lessons, applications.*

**Resumo.** *Este artigo aborda um problema referente ao discurso verticalizado e longo predominante em vídeoaulas, que acarreta numa aprendizagem mais estéril, dificuldade de concentração e não traz a visão global de uma resposta, precisando assistir sua totalidade. Nesse sentido, a questão da pesquisa é: como explorar aplicativos de vídeo curto para auxiliar o professor a identificar o que mais se adequa a sua proposta pedagógica? Para atenuar essas questões, o objetivo da pesquisa é analisar aplicativos que viabilizam a produção de vídeo curto. Para isso, construiu-se quadros comparativos baseados em testes e em estudo documental dos aplicativos por meio de uma pesquisa exploratória, que traz uma abordagem quantitativa, analisando os aspectos dos aplicativos importantes para o contexto pedagógico e qualitativa na análise por meio da categorização dos aplicativos. O artigo sugere a adoção da função "seu dia" do Facebook como resultado em comum indicado com o confronto das duas análises. Contudo, o resultado deve ser flexível, pois percebe-se que adoção de um aplicativo dependerá das necessidades do contexto educacional a ser aplicado.*

**Palavras-chave:** *vídeo curto, vídeoaulas, aplicativos.*

---

<sup>1</sup> Agradecimento a FAPEAL pelo auxílio financeiro.

## 1. Introdução

Sabe-se que o “vídeo didático muitas vezes refere-se a situações tradicionais de comunicação em sala de aula, adota discurso professoral, autoritário e verticalizado, reproduzindo, em muitos casos, a comunicação tradicional entre professor e alunos” (LOYOLA; PIMENTEL; GLÓRIA, 2013, p. 987). As situações abordadas são características de um vídeo longo.

O autor Muirhead (2007) argumenta que vídeo longo deve ser evitado por criar um clima de aprendizagem mais estéril e segundo Schmidt (2011) e Bloomberg (2015, p.4) provocar dificuldades de concentração, pois após pausá-lo e voltar a assisti-lo, tende-se reduzir a atenção, e custar a recordar o que foi ouvido (ARAGON; WICKRAMASINGHE, 2016). Alunos também não aprovam vídeo longo, pois não traz de forma rápida e simples a visão global de uma resposta, precisando assistir sua totalidade (FERNANDEZ et al, 2014).

Além do mais, para Nova e Alves (2006), no vídeo há uma sobrecarga de informações cruzadas com tendência a não compor uma estrutura organizada. Isso é mais perceptível em vídeo longo, o que pode aumentar a sensação de acúmulo de informações de quem assiste, pois, sua alta demanda pode tornar-se cansativa e gerar dificuldades no entendimento do conteúdo.

Quando se cogita a produção de vídeos mais espontâneos, nem todos se sentem confortáveis em publicar seu próprio vídeo e ser assistido, sobretudo se não são nativos<sup>2</sup> digitais. Para Hack e Pires (2006), embora esse desconforto possa dificultar uma relação mais próxima entre alunos e desmotivá-los, por outro lado a utilização do vídeo também pode beneficiar a comunicação entre eles na educação online, a depender da estratégia didática adotada pelo professor.

Nesse sentido, novos aplicativos têm surgido para viabilizar a produção de vídeo curto, a exemplo do *Stories* do *SnapChat* e do *Instagram* (CHAYKOWSKI, 2016). Isso pode eliminar a preocupação de memorizar longos discursos e favorecer a objetividade do conteúdo gravado. Uma característica em comum dos aplicativos de vídeo curto é a disponibilidade limitada, pois os vídeos são efêmeros por desaparecerem após um curto período, o que pode ser um alívio para os mais tímidos. Além do mais, esses aplicativos acompanham efeitos especiais que podem ‘esconder’ o rosto do usuário melhorando sua aparência e até o ambiente de fundo, cenário, da gravação.

Diante do contexto apresentado, o artigo busca responder ao seguinte questionamento: **Como explorar aplicativos de vídeo curto para auxiliar o professor a identificar o que mais se adequa a sua proposta pedagógica?** Dessa forma, o objetivo deste artigo é analisar as possibilidades atuais de uso de vídeo curto e dentre estes aqueles que disponibilizam a visualização em formato de história, que possuem efeitos especiais das máscaras dinâmica, privacidade na visualização da história, variedade no limite de tempo disponível para gravação, flexibilidade na quantidade de vezes que é possível visualizar o conteúdo, flexibilidade na duração do conteúdo no aplicativo. Para isso, construiu-se quadros comparativos baseados em testes dos aplicativos que promovem a produção de vídeo curto por meio de uma pesquisa exploratória desses aplicativos, cuja abordagem confrontou os resultados obtidos de forma quantitativa com os resultados obtidos de forma qualitativa.

---

<sup>2</sup> Nativos digitais são aqueles que foram educados e aprenderam em um ambiente digital, enquanto que imigrantes digitais são os usuários que precisaram se adaptar aos meios digitais, pois nasceram depois do seu surgimento (Aparici, 2012).

O artigo encontra-se organizado da seguinte forma: na próxima seção é apresentada um breve histórico do uso de vídeos na educação e primeiras iniciativas de uso de vídeo curto na educação; na seção três a origem do *SnapChat* e quadros comparativos de aplicativos que viabilizam a produção de vídeo curto; na seção quatro o resultado da análise dos aplicativos e por fim, as considerações finais.

## **2. Um breve histórico do uso de vídeos na Educação**

O vídeo é um dos recursos mais poderosos para tentar substituir o contato face-a-face (ARAGON; WICKRAMASINGHE, 2016), pois promove uma aproximação fundamental na educação online, atenua a sensação de isolamento e faz o aluno sentir-se mais integrado, estimulando a afetividade (DUTRA; ARRUDA, 2013).

As videoaulas surgiram em 1960 por meio de “iniciativas públicas e privadas, materializadas em programas de educação de jovens e adultos a distância, bem como em programas de formação continuada de professores” (SILVEIRA et al, 2010, p.54). Neste percurso destacou-se o desenvolvimento do Telecurso, no qual havia a presença de uma emissora de televisão que transmitia as aulas; a edição de fascículos semanais, vendidos de forma acessível em todo o Brasil; divulgação de datas da inscrição em exames supletivos e da chegada dos fascículos às bancas, e ainda dos horários da transmissão das aulas na TV (MOREIRA, 2006). A recepção dessas videoaulas analógicas já se destacavam como ferramenta da EaD, pois podiam ser assistidas em casa, telepostos e Centros Controladores orientados por monitor (SILVEIRA et al, 2010).

Mas foi com a chegada da Internet no Brasil, na década de 90, que surgiram “algumas operações quase experimentais, como TV UOL e TV Terra” (POSSEBON, 2009, p. 239). Essa oferta de vídeos na internet foi “aos poucos adquirindo magnitude, impulsionados pelo avanço da banda larga, sobretudo a partir de 2005, e pelo crescente hábito dos usuários de Internet de consumir vídeo” (POSSEBON, 2009, p. 239). Isso viabilizou a transmissão síncrona por webconferência e a geração de conteúdo educacional audiovisual aberto, por assinatura, profissional ou gerado pelo usuário.

O conteúdo gerado pelo usuário ganhou grande impulso com a facilidade de gravar com o celular em mãos, especialmente os smartphones. Isso por que, para Ciriaco (2016), nos últimos 16 anos o avanço tecnológico transformou a câmera do celular de mero acessório extra a item obrigatório e avançado, superando a câmera compacta básica. Assim, o usuário deixou de ser apenas expectador para se tornar produtor de conteúdo, no qual todos são emissores e receptores (comunicação bidirecional). Como produtor de conteúdo, o usuário descobriu a praticidade de transmitir informações objetivas em um vídeo curto.

### **2.1 Vídeo Curto**

A maioria dos usuários sem tempo e condicionados à gratificação imediata tendem naturalmente para o vídeo, preferindo os curtos (BLOOMBERG, 2015). Os curtos são defendidos nos estudos de: Norvig (2012) e Khan (2012), pois assim o aluno tem capacidade de controlar o ritmo, pausar, explorar e retornar ao conteúdo, mas é incapaz de fazer isso com palestra de vídeo longo; Glance et al. (2013) por aumentar a atenção do aluno e ajudar a focar nos conceitos; Dutra e Arruda (2013, p. 847) “para que alunos e professores tenham os seus tempos de discussão e aprendizagens garantidos”; e ainda os estudos de Aragon e Wickramasinghe (2016), na qual enfatizam que se comparados aos vídeos longos, os vídeos curtos são mais eficientes não só do ponto de vista técnico, mas também aumentam a atenção. Nesse

sentido, Fernandez et al (2014) defende que a possibilidade de dividir o conteúdo de vídeo em seções menores permiti que o aprendiz tenha controle e acesso mais rápido.

Para Schneider e Ribeiro (2013, p.212) a “produção de vídeos digitais de curta duração é cada vez mais popular”. No Brasil, 69% das atividades relacionadas a vídeos online correspondeu ao *streaming*<sup>3</sup> de vídeo curto, revelando-se tendência desde 2010 (WEYRAUCH, 2011). Aplicativos que promovem a produção de vídeo curto com crescimento constante mundial no número de usuários ativos é explanado na próxima seção.

## 2.2 Primeiras iniciativas de Vídeo Curto na Educação

O vídeo curto, popularizado pela iniciativa do aplicativo *SnapChat*, já possui perfis direcionados para a educação (BORGES; PACHECO, 2016), são eles:

- @profjubilit (o perfil posta curiosidades sobre biologia);
- @dansjs.prof (professor de um colégio de Salvador posta conteúdo de espanhol);
- @horadoenem (perfil do programa da TV Escola, ligado ao Ministério da Educação);
- @SOSTenhoProva (possui cerca de 35 mil visualizações semanais, a autora do perfil é pedagoga. O perfil oferece dicas de estudo e sana dúvidas dos alunos);
- @Uoleducacao (o perfil oferece dicas para que os seguidores encontrem maneiras novas e motivacionais de estudar para o Enem (Exame Nacional do Ensino Médio));
- @stoodibr (apresenta os bastidores das gravações, o dia a dia dos professores e da equipe na produção de aulas online no *YouTube* para vestibular, reforço escolar e Enem);
- @descomplica (oferece dicas de estudo ou de “macetes” dos conteúdos de provas. O objetivo do perfil é fazer os seguidores gostar de estudar para o vestibular);
- @rotcivb (professor de química realiza: experimentos de reações químicas inviáveis de ver na aula, desafios a responder em 24h e produz conteúdo revisto de 10 em 10s). Único dos perfis que também produz conteúdo para o ensino superior.

Na próxima seção é apresentado os aplicativos concorrentes do *SnapChat* e sua origem.

## 3. Aplicativos para Produzir Vídeo Curto e Efêmero

O advento do dispositivo móvel, sobretudo a expansão de aplicativo para smartphone conectado à internet, gerou mudanças e apoio a educação online. O *SnapChat*, por exemplo, foi pioneiro em desafiar conceitos já firmados no âmbito das Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC, pois sua publicação é excluída após 24 horas ou determinado nº de visualização e reproduz uma vez para cada usuário (PRESSE, 2016). Fazendo uma analogia, é como conversar pessoalmente, vive-se o momento presente.

---

<sup>3</sup> A tecnologia *streaming* é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes, sem a necessidade de fazer *download*.

Para Borges e Pacheco (2016) o conteúdo efêmero propicia que o aprendiz se apresse para assistir e se sinta mais à vontade na hora de postar, ao saber que o conteúdo desaparece. Com o sucesso dessa novidade preconizada pelo *SnapChat*, lançou-se em 2016 o *Instagram Stories* e o Meu Dia do *Facebook* e em 2017 o *Status* do *WhatsApp* e os Destaques do *Skype*, cujos conteúdos não são permanentes. Isso representa uma corrida frenética, em menos de um ano, entre os aplicativos para agregar a ideia inédita do *SnapChat*, copiando-o.

Além do conteúdo desaparecer, outra característica em comum dos aplicativos citados é a produção de vídeos de duração limitada, ou seja, curtos. Essa novidade trazida pelo *SnapChat*, pode ter sido inspiração vinda do *Twitter*<sup>4</sup>, um microblog, no qual a publicação deve ter uma informação curta e simples, exigindo dessa forma objetividade do texto em um novo limite de 280 caracteres (antes era 140). Paralelo a isso, outra ferramenta para blog, o *Medium*<sup>5</sup>, parece ter se inspirado no *SnapChat*, pois é possível acessar o conteúdo de forma contínua, simulando um slide, ou seja, parecido com as histórias do *SnapChat*. Contudo a postagem não desaparece. Essa função do *Medium* se chama *Series*, foi disponibilizada em março/2017, mas está disponível apenas em inglês.

Os aplicativos de vídeo curtos em sua maioria têm disponibilizado uma “história” diária/semanal/outros, que corresponde a visualização contínua e sequencial dos vídeos gravados no mesmo período.

### 3.2 Análise Comparativa dos Aplicativos de Vídeo

O Quadro 1 apresenta em ordem cronológica de surgimento os aplicativos mais usados, o que justifica estarem em evidência no mercado de tecnologias; e os recursos referentes a publicação efêmera e curta de vídeos, originalmente apresentado pelo *SnapChat*.

O criador do *Facebook* Mark Zuckerberg, adquiriu o *Instagram* e o *WhatsApp*, como mostra a linha “proprietário” no Quadro 1. Mas ele quis também adquirir o *SnapChat* diante de seu sucesso com 158 milhões de usuários diários. Contudo, como sua oferta de US\$ 3 bilhões foi recusada no final de 2013 (CHAYKOWSKI, 2016), antes do já estabilizado *Stories do Instagram*, houve outras quatro tentativas que tentaram emplacar a função de vídeo curto e efêmero.

Conforme Chaykowski (2016), inicialmente foi lançado o aplicativo *Poke* (dez. 2012 - 2014) apenas para o sistema operacional *iOS*, no qual todas as mensagens enviadas eram destruídas dez segundos após a visualização. Esse aplicativo dentro do *Facebook* se tratava de um mensageiro, onde também era possível compartilhar imagens e vídeos. Também direcionado ao *Facebook*, segundo Chaykowski (2016), foi lançado o aplicativo *Slingshot* (jun. 2014 - dez. 2015) para *Android* e *iOS*. Nesse aplicativo as mensagens eram curtas, por meio de foto e vídeo que só duravam até 15 segundos cada, sendo possível visualizar uma única vez para depois se autodestruir. Ainda no mesmo ano, Chaykowski (2016) cita o lançamento do *Bolt* (jul. 2014), mas dessa vez direcionado ao *Instagram*. O aplicativo usava os contatos da agenda para conectar usuários, tal como ocorre no *WhatsApp*. Contudo, o compartilhamento de fotos era apenas em mensagem direta, não sendo possível disponibilizar um conteúdo de forma pública e nem compartilhar com grupos. A quarta tentativa foi o *Flash*, no qual a gravação do vídeo era limitado a 14 segundos e durava 3 dias na história do

---

<sup>4</sup> Maiores informações: <<https://about.twitter.com/pt.html>>.

<sup>5</sup> Maiores informações: <<https://medium.com/brasil>>.

usuário. O *Facebook* criou o *Flash* para desempenhar as mesmas funções do *SnapChat*, inclusive com máscaras e filtros. Para Gutiérrez (2016), esse aplicativo foi desenvolvido para mercados emergentes que normalmente possuem dispositivos com dados e armazenamento limitados e redes fracas de internet móvel, pois ocupa 9 vezes menos em relação ao *SnapChat*.

Apesar do *Flash* ter sido lançado no final de 2016 e sua última atualização ter sido em junho de 2017, já não é possível encontrá-lo no *Google Play Store*, nem mesmo na lista de aplicativos do *Facebook*. Contudo, ainda foi encontrado um link independente, que após configurar o celular para permitir instalar aplicativos com “fontes desconhecidas”, o *Flash* não avançava da tela de login, emitindo erro. Concluiu-se assim que foi mais um projeto descontinuado, juntamente com seus antecessores *Poke*, *Slingshot* e *Bolt* (CHAYKOWSKI, 2016), sendo substituídos pela sequência de lançamentos concorrentes da mesma empresa de Mark Zuckerberg (*Stories* do *Instagram*, *Status* do *WhatsApp* e *Histórias* e *Messenger Day* do *Facebook*) (PADRÃO, 2017), nos quais são alguns dos expostos no Quadro 1.

**Quadro 1 – Comparativo dos Aplicativos de Vídeo Curto e Efêmero – mais populares**

Principais Aplicativos		<i>SnapChat</i>	<i>Instagram</i>	<i>WhatsApp</i>	<i>Facebook</i>	<i>Skype</i>
Lançamento da Função curta e efêmera		2011: fotos; 2013: vídeo	Ago. 2016	Fev. 2017	<b>S</b> : Mar. 2017	Jun. 2017
Proprietário		<i>Snap Inc.</i>	<i>Facebook</i> (Mark Zuckerberg)			<i>Microsoft</i>
Função		<i>Stories</i>		<i>Status</i>	<i>Messenger (Seu Dia) / Sua História / Direct</i>	Destaques
Recursos	Tempo de gravação	10s	15s aplicativo e gravação externa e 60s publicação	30s aplicativo e gravação externa	Aplicativo: <b>S</b> e <b>D</b> : 15s; <b>H</b> : 20s. Gravação externa: <b>S</b> <60; <b>H</b> : 20s; <b>D</b> (varia conforme tamanho)	20s no aplicativo e <60s gravação externa
	Visualização	1x ou loop	ilimitado e +3 opções em grupo	ilimitado	<b>M</b> , <b>H</b> : 2x; <b>D</b> : 2x ou enquanto existir interação dentro de 24h	ilimitado
	Duração	1 dia				7 dias
	Interação (resposta)	<i>Chat privado (Snapback)</i>	<i>Chat privado (mensagem direta)</i>			Texto e adesivo ( <i>emojis</i> e <i>stickers</i> ) públicos
	Foto e vídeo	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
	Envio individual ou chat em grupo	Sim				
	Chat em grupo com temporizador	Sim	Sim	Não	<b>D</b> : sim	Não
	Chat em grupo com história	Não	Sim	Não	Não	Não
	Salvar	Na galeria do aplicativo	No celular ou publicar	-	No celular; <b>H</b> : (publicar)	No celular e compartilh.
	Captura	Exclusivamente pelo aplicativo	Aplicativo e das últimas 24h fora do aplicativo	Aplicativo e salvo no celular	Aplicativo; Salvo no celular	Aplicativo e salvo no celular

Quem viu	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Visualizar a função noPC	Não	Apenas Windows 10	Não	<u>H, D</u> : Sim, o conteúdo, mas não captura	pretende
Sistema Operacional (SO)	Android e iOS (iPhone, iPad, iPod touch)	Android e iOS (iPhone, iPad, iPod touch)	Android, iOS (iPhone), Windows, web-browser	Android, iOS (iPhone)	Android e iOS (Windows e Mac em breve)
Tempo real - ao vivo	Efêmero - vídeo chamada	Efêmero - transmissão de 1p/muitos	Efêmero - vídeo chamada	Permanece - transmissão de 1 para muitos	Efêmero - vídeo chamada
Vídeo chat (chamada de vídeo)	Sim		Sim	<u>H, D</u>	Sim

Fonte: as autoras

Vale salientar que, os aplicativos possuem um histórico constante de atualizações, e por isso o quadro é passível de erros quanto maior a distância entre a data de acesso do artigo face a publicação. O *Highlights* (destaques) é o mais recente lançamento do *Skype*, que em junho/2017 chegou com a promessa de gradativamente disponibilizar para todos os usuários sua função efêmera.

Apesar dos destaques do *Skype* permitir um tempo maior de gravação quando o vídeo é gravado fora do aplicativo, este não recebe edição (inserção de texto (legenda), desenho à mão livre, figurinha fixa/adesivos coloridos no ambiente). Mas isso é viável nas imagens capturadas fora do *Skype* e nos vídeos gravados dentro do aplicativo. De forma semelhante acontece com o *Facebook* e o *Stories* do Instagram. Isso porque em um vídeo gravado fora do aplicativo só é possível editá-lo de forma simples como descrito, mas recursos mais avançados como o uso de máscara (filtro animado) aplicado ao rosto do usuário é uma função bloqueada. No caso do *Direct* do *Facebook*, o tempo de gravação de um vídeo produzido externamente (fora do aplicativo a ser enviado) varia conforme seu tamanho, pois é limitado a 15,93MB. O mesmo não acontece com “seu dia” e a “sua história” do *Facebook*, limitando-se apenas ao tempo e não ao tamanho do vídeo.

No *SnapChat* é possível enviar postagens efêmeras de três formas: pela “minha história”, direcionada aos amigos; “nossa história”, direcionada a todos os usuários do *SnapChat* (público); chat individual ou grupo de contatos. Da mesma forma que o *Facebook* também disponibiliza 3 formas: “seu dia” dentro do *Messenger*; “sua história” no aplicativo do *Facebook*; “direct” para envio privado para amigos específicos ou para receber respostas da história postada. Um vídeo gravado pelo *direct* também pode ser enviado para a história ou para a própria linha de tempo no *Facebook*.

Quanto aos campos “visualização” e “gravação”, existe uma relação: o número de visualização permitido do conteúdo está dentro do tempo, mencionado no campo “gravação”. Isso significa que quando a “visualização” é ilimitada e a “duração” é 1 dia, a visualização do conteúdo poderá ser assistida repetidas vezes desde que dentro do dia postado.

No *Instagram*, ver Quadro 1, embora a visualização pública disponibilize visualização infinita, enviando o vídeo por *direct* é possível escolher três opções: “visualização única”, “permitir repetição” e “manter no bate-papo”.

Para os eventos ao vivo o *SnapChat* é um aliado por meio do recurso “nossa história”, no qual reúne fotos e vídeos colaborados por usuários quando encontram-se

no mesmo evento específico. O conteúdo permite que os interessados no evento se sintam mais próximos e presentes. Embora seja considerado “ao vivo”, o conteúdo é previamente selecionado pela equipe do *SnapChat*, desde que os colaboradores ativem o geolocalizador do celular. Dessa forma não foi considerada no Quadro 1 uma transmissão de fato ao vivo.

**Figura 1. Lentes: filtros animados aplicados em diferentes vídeos**



Fonte: Autora, 2017- Montagem formada por diferentes snaps disponíveis no Youtube.

O Quadro 2 apresenta os enfeites (ver Figura 1) que visam informar, enfeitar e sobretudo ‘esconder’ o rosto do aluno melhorando sua aparência e até o ambiente de fundo, cenário, da gravação do video curto. Esse quadro inclui os aplicativos expostos do Quadro 1 e adianta os aplicativos expostos no Quadro 3. É interessante observar que o *Telegram* e o *Viber* (incluindo o *Wink*) são aplicativos que não possuem nenhum campo que tenha sido marcado. Contudo, se a tabela se referisse apenas a imagem, a opção “Texto (legenda)” teria sido marcada para o *Viber* (*Wink*), mas as opções “Desenho à mão livre” e “Figurinha fixa / adesivos coloridos no ambiente” seriam marcados apenas para o *Viber*. Enquanto o *Viber* não foi marcado em nenhuma das alternativas, o *MSQRD* surpreende por não marcar os itens mais básicos como legenda, desenho à mão livre e figurinha fixa, opções unânime nos aplicativos mais populares. Por outro lado, o *MSQRD* possui um aspecto importante levantado por esse artigo: as máscaras dinâmicas, que o popular *WhatsApp* ainda não tem.

**Quadro 2 – Comparativo dos Enfeites dos Aplicativos de Vídeo Curto.**

Enfeites	Aplicativos (Quadro 1 + Quadro 2)								
	<i>Snap.</i>	<i>Instag.</i>	<i>Whats.</i>	<i>Face.</i>	<i>Skyp.</i>	<i>Teleg.</i>	<i>Snow</i>	<i>MSQ.</i>	<i>Viber Wink</i>
Texto (legenda)	sim	sim	sim	sim	sim				
Desenho à mão livre	sim	sim	sim	sim	sim		sim		
Recortar e Rotacionar			sim						
<i>Bitmoji</i> para criar Avatar e recorte de <i>Emoji</i>	sim								
Filtros de geolocalização	sim	sim			sim				
Figurinha fixa / adesivos coloridos no ambiente	sim	sim	sim	sim	sim		sim		
Filtros em 3D, com realidade aumentada, máscaras e molduras	sim	sim		sim	sim		sim	sim	

animadas e efeitos temáticos / disfarces em <i>selfies</i> e distorções faciais e de voz									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fonte: as autoras

O Quadro 3 apresenta os aplicativos menos populares, em ordem cronológica de surgimento, mas que também viabilizam a produção de vídeos curtos: *Snow* (aplicativo de sucesso na Coreia do Sul e disponível no Brasil), *MSQRD* (comprado pelo *Facebook* para fazer experimentos usando sua tecnologia) e o *Viber*, que inclui o *Wink*.

**Quadro 3 – Comparativo dos Aplicativos de Vídeo Curto e Efêmero – menos populares**

Principais Aplicativos	<i>Telegram</i>	<i>Snow</i>	<i>MSQRD</i> ( <i>Masquerade</i> )	<i>Viber</i>	
Lançamento da Função	Nov. 2014	Set. 2015	Dez. 2015	Fev. 2017	
Proprietário	irmãos Durov	Naver	Facebook	Viber Media Inc.	
Função	Chat secreto	-	-	Bate papo secreto	
Disponível em Português	Sim	Não	Sim	Sim	
Recursos	Tempo de gravação	60s no aplicativo	20 e 60s no aplicativo	30s no aplicativo	10s ( <i>viber wink</i> ); 20s formato circular; 2 minutos.
	Visualização	ilimitado	-	-	ilimitado
	Duração	1 a 15s; 30s; 1 minuto; 1h; 1 dia; 1 semana; ilimitado.	-	-	1, 5, 10, 30 segundos ou minutos; 1, 3, 5, 12h; 1 ou 3 dias e 1 semana depois de visualizado; ilimitado.
	Interação (resposta)	Bate papo	-	-	Bate papo
	Foto e vídeo	Sim	Sim	Sim	Sim
	Envio individual ou chat em grupo	Sim	-	-	Sim
	Chat em grupo com temporizador e com história	Não para ambos	-	-	Não para ambos
	Salvar	Próprio aplicativo	celular	celular	Celular ( <i>wiber wink</i> e circular)
	Captura	Aplicativo e salvo no celular	Aplicativo e salvo no celular	Aplicativo	Aplicativo e salvo no celular
	Quem viu	Sim	-	-	Sim
	Visualizar a função em PC's	Não	-	sim (versão não oficial)	Não
	Sistema Operacional (SO)	Android, iPhone/iPad, WindowsPhone, PC/Mac/Linux, macOS, Web-browser	Android e iOS (iPhone)	Android e iOS (iPhone e iPad)	Windows, Mac, Linux, Android, iOS, Windows Phone, Blackberry e Symbian

	Tempo real - ao vivo	-	-	-	-
	Vídeo chat (chamada de vídeo)	-	-	-	Sim

Fonte: as autoras

Um novo campo adicionado ao Quadro 3, ausente do Quadro 1, foi “Disponível em Português”. Isso porque enquanto no Quadro 1 todos os aplicativos estão disponíveis em português, no Quadro 3 não é unânime. Mesmo assim, o *Snow* apresenta uma interface intuitiva com símbolos bem difundido nos aplicativos que pertencem ao *Facebook* e com poucas palavras, sendo parte delas similar ao português: normal, vídeo, music.

A razão pelo qual o *MSQRD* e o *Snow* serem os únicos aplicativos nos quais não apresentam quando o conteúdo foi entregue e lido é esperado, uma vez que não há usuários e consequentemente interações entre eles dentro do próprio aplicativo. Embora isso não aconteça com o *Viber*, o uso exclusivo do *Wink* (sem o *Viber*) também não proporciona interações. Isso significa que, se o *MSQRD* e *Snow* não possibilitam interações também não existe história para ser visualizada.

No campo “tempo de gravação”, associado ao aplicativo *Viber*, é mencionado o *Wink Viber*, como opção para gravação de vídeo. O *Wink* pode ser instalado independente do *Viber*. Quando instalado apenas o *Wink* as opções para o tempo de gravação (1, 3, 7, 10s ou sem limite de tempo) são diferentes e possuem menos opções do que o mencionado para o *Viber* no Quadro 3; além do mais torna-se um aplicativo apenas de captura, não havendo opção direta para interagir compartilhando o conteúdo, apenas salvar no dispositivo móvel. Contudo, apesar do *Wink* ter sido lançado para competir com o *SnapChat*, o tempo de gravação está disponível apenas para fotos. Apesar disso, quando ambos instalados permite-se a gravação pelo *Wink* e seu envio para os contatos do *Viber*, fazendo uso dos recursos do “bate-papo secreto” e do tempo de duração tanto para foto como para vídeo.

Conforme testes realizados pelas autoras, o *Viber*, embora não apresente máscaras dinâmicas e nem vídeos em formato de história como no *SnapChat*, demonstra ser o aplicativo mais flexível entre os Quadros 1 e 3. Isso porque o *Viber* apresenta maior variedade na duração da permanência do conteúdo (ilimitado; 1, 5, 10, 30 segundos ou minutos; 1, 3, 5, 12h; 1 ou 3 dias e 1 semana depois de visualizado) entre todos os aplicativos e mais opções no espaçamento de tempo de gravação (10, 20s e 2m). A flexibilidade do *Viber* é requisito fundamental para as múltiplas necessidades do contexto da educação online.

O *Viber* ainda não é difundido no Brasil, mas já começa a ser conhecido, pois é uma das alternativas (depois do *Telegram*) para substituir o *WhatsApp* quando este sai do ar. Em outras palavras, o *Telegram*<sup>6</sup> e o *Viber* são aplicativos que originalmente concorrem com o *WhatsApp*, significando que ambos não são direcionados para vídeo. Apesar disso, já adicionaram a forma de envio de conteúdo não permanente, trata-se da função chamada “bate-papo secreto”, lançado em 2014 no *Telegram* e em 2017 no *Viber*. O “bate-papo secreto” permite que as mensagens enviadas sejam programadas para se autodestruírem.

No *Telegram* as mensagens, que podem incluir imagens, documentos e também vídeos, podem ser temporizadas de 1 a 15 segundos, 30 segundos, 1 minuto,

<sup>6</sup> É o principal aplicativo utilizado por brasileiros para substituir o *WhatsApp*, quando este está fora do ar.

1h, 1 dia, 1 semana para serem apagadas ou ainda deixar essa função desativada, ou seja, com tempo ilimitado. Apesar da ferramenta permitir vídeo longo, na versão curta existe o diferencial de ser gravado em formato circular. A temporização mostra-se importante para que o aluno desenvolva sua autonomia na organização de seu tempo, sendo responsável por cumprir suas atividades dentro de prazos pré-estabelecidos, evitando dessa forma que se prolongue e atrase as atividades.

O máximo de edição em vídeo que o *Telegram* permite é adicionar legenda; enquanto para imagens é possível adicionar desenho à mão livre e *stickers* (máscaras) estáticos. Tanto as mensagens enviadas por quem solicitou o bate-papo secreto, como as recebidas serão destruídas. O usuário pode capturar a imagem da tela (*print screen*) antes que as mensagens sejam apagadas e a outra pessoa recebe uma notificação de que foi capturado. Contudo, diferente do *Telegram*, o *Viber* não permite *print screen* da mensagem de texto, imagem ou vídeo. Uma vantagem em relação ao *WhatsApp* é que as versões de *desktop* e web do *Telegram* são independentes do *app* do celular, ou seja, não é preciso estar conectado no celular, para que a versão web continue logada.

O Quadro 3 mostrou opções caso o professor opte por utilizar um aplicativo não popular no Brasil, no intuito de evitar uma maior dispersão dos alunos quando há notificação de interações em grupos e contatos pessoais nas múltiplas opções do *Facebook*, por exemplo. No entanto, o Quadro 3 apresentou aplicativos menos populares, mas que oferecem propostas semelhantes as do Quadro 1.

### 3.2.1 Testando os aplicativos auxiliares com suas possíveis associações

Dentre todos os aplicativos expostos nesse artigo, o *MSQRD* e o *Snow*, são os únicos aplicativos que se tratando de interação não são autosuficiente, pois são dependentes de outros aplicativos instalados no dispositivo móvel. Isso porque não é possível interagir com outros usuários dentro do próprio aplicativo, apenas gravar e compartilhar em um outro aplicativo externo.

Nesse sentido, o *MSQRD* e o *Snow*, mostram-se como aplicativos coringa para o professor que deseja trabalhar com vídeo curto sem abrir mão das ferramentas que já utiliza. Especialmente se estas ferramentas não viabilizam o desenvolvimento de vídeo curto com máscaras dinâmicas, como o *MSQRD* e o *Snow* propiciam.

Desta forma, se no contexto educacional apresentado o professor achar necessário um segundo aplicativo como o *MSQRD* (32,74MB) e o *Snow* (49,10MB) é preciso considerar o tamanho de cada aplicativo que pode comprometer o espaço dos dispositivos móveis. Nesse caso o professor não precisa definir o uso do *MSQRD*, do *Snow*, ou de outro que cumpra a mesma intenção. O aluno sabe das condições de seu dispositivo móvel e é livre para escolher o aplicativo que melhor vai atendê-lo quanto as máscaras disponíveis, já que outro ponto a ser considerado é a ansiedade dos jovens por novidades.

Diferente do *Snow* que sofre constantes atualizações<sup>7</sup>, frente a um público sedento por variedades das máscaras, a última atualização do *MSQRD* foi em agosto de 2016. Por isso, grande parte do *feedback* apresentado até o momento, na página oficial do *MSQRD* no *Facebook*<sup>8</sup> e também no *Play Store*<sup>9</sup> mostra uma inquietação do

---

<sup>7</sup> Aplicativos mais populares também estão em constantes atualizações como *Snapchat*, *Instagram*, *Facebook*. O *SnapChat*, por exemplo, torna-se muito atrativo, não só por ter sido pioneira, mas por disponibilizar uma maior variedade de efeitos e personalização do que o *Instagram* e o *Facebook*.

<sup>8</sup> Página oficial do *MSQRD* no *facebook* <<https://www.facebook.com/msqrdapp/>>.

público quanto as novas atualizações das máscaras. A variedade de opções de máscaras e efeitos especiais no *Snow* é infinitamente maior do que o *MSQRD*. Isso é justificado ao que se destinou os aplicativos após a compra de seus novos proprietários: o primeiro abandonou os recursos de comunicação já popular no mercado asiático e focou em efeitos das máscaras para selfie e o segundo foi comprado apenas para ser usado em experimentos do *Facebook*. Resultado disso são as frequentes atualizações com ganho de efeitos das máscaras nas histórias do *Instagram* e do *Facebook* em detrimento do *MSQRD*.

O *Snow* e o *MSQRD* (ambos Quadro 3) apresentam vantagem em relação ao *Status* do *WhatsApp* (Quadro 1), *Telegram* e *Viber* (Quadro 3), pois disponibilizam máscaras dinâmicas nos vídeos. Por outro lado, como o *WhatsApp Status*, o *Telegram* e o *Viber* não possuem adereços atrativos na produção de vídeo, tornam-se uma ferramenta leve<sup>10</sup> e por isso ágil, conseguindo assim economizar dados em relação aos demais aplicativos listados dos Quadros 1 e 3. Contudo, o *Snow* e o *MSQRD* são aplicativos auxiliares ao *WhatsApp*, *Telegram* e *Viber*, de forma que uma das opções da dupla pode ser combinada com uma das opções do trio de aplicativos.

Para compartilhar conteúdo do *MSQRD* ou do *Snow* no *Facebook* o campo de compartilhamento é vasto: enviar como vídeo de perfil e ainda torná-lo temporária por 1h, 1 dia, 1 semana ou personalizá-lo definido em dias; na função “sua história”, na própria linha de tempo ou na de um amigo, em grupo.

Além do *Facebook*, outros aplicativos externos foram testados para receber o vídeo produzido no *MSQRD* ou no *Snow*, a exemplo do *Telegram* (utilizando ainda o recurso do próprio *Telegram* de temporização do tempo); o *WhatsApp Status*, o *Skype* (apenas para envio ao contato; em “destaques” é inviável); e o *Viber* (inviável). Isso significa que o *MSQRD* e o *Snow*, aplicativos que possuem efeitos especiais com máscaras dinâmicas, tanto foi compartilhado em aplicativo que já possui tais efeitos (*Skype*) e nem por isso o *Skype* recusou, como em aplicativos que não possui tais efeitos, como o *Telegram* e o *WhatsApp Status*.

Foi constatado que o *MSQRD* prioriza o compartilhamento direto de seu proprietário, o *Facebook* e também no *Instagram* (de mesmo proprietário). Os demais aplicativos que se tenha instalado no dispositivo móvel vem em segundo plano, precisando percorrer um caminho maior de interfaces para escolhê-lo.

### 3.2.2 Mudança de percurso de aplicativos ativos

O aplicativo chinês QQ Internacional, cujo proprietário é *Tencent Holdings Limited* (Galbraith, 2017), também foi cogitado para ser inserido no Quadro 3. Originalmente o QQ é um mensageiro instantâneo de texto (isso justifica existir sua versão para PC). O “*Pitu*” (sem versão para PC), aplicativo que pertence ao QQ, possui função unicamente para imitar o *SnapChat*. Nesse sentido, é possível gravar vídeos curtos de 10s que se autodestrói em um tempo que não foi possível identificar e visualização de forma contínua como slides. Embora não exista versão em português, usar e instalar o QQ não foi tão difícil, porque existe tradução para inglês e espanhol. Contudo, foi percebido que ao tentar recuperar a senha, as telas de recuperação são chinesas, bem como os emails recebidos. Ao instalar o *Pitu*, houve a

---

<sup>9</sup> Play Store é a loja oficial de aplicativos para dispositivos com sistema operacional *Android*.

<sup>10</sup> Isso não acontece com o *SnapChat* e *Instagram* por exemplo. Contudo, o *SnapChat* trava menos durante a exibição do conteúdo em relação *Instagram Stories*. Essa vantagem é em razão de sua maior experiência e por ser um aplicativo 100% dedicado e focado em vídeos curtos e efeitos especiais.

surpresa da ferramenta estar disponível apenas em chinês, e embora tenha uma interface intuitiva foi difícil conseguir avançar na tela de compartilhamento, pois apresentava erro e abria páginas no navegador do celular com alfabeto chinês solicitando para instalar mais aplicativos. O “*Pitu*” se mostrou limitado<sup>11</sup>, pois o compartilhamento está apenas disponibilizado para a família de aplicativos do QQ. Dessa forma, dentro de um contexto educacional esse aplicativo pode ser desanimador para os alunos. Por estes motivos o QQ foi excluído do Quadro 3.

Conhecido como clone do *Snapchat* coreano, o *Snow* chegou a recusar a oferta do *Facebook*, mas foi comprado posteriormente em jan. 2018 pelo *SoftBank* e *Sequoia China*, segundo Ji-yoon (2018). Isso refletiu na última atualização do aplicativo, pois mudanças significativas foram percebidas desde a última vez que testávamos o aplicativo. Assim, a função *Story* que dava sequência a união de vídeos curtos, tal como no *SnapChat*, também não existe mais. Na tabela 3 por exemplo, o *Snow* perdeu<sup>12</sup> especificamente os recursos: visualização ilimitada dentro de 7 dias; interação por meio de chat privado em grupo e individual; saber se mensagem foi visualizada; abertura do aplicativo no computador; transmissão em tempo real (ao vivo) e video chat (chamada de vídeo). Portanto foi removido o bate papo interno, perdendo sua função de rede social e consequentemente a interação para focar apenas em edição de vídeo. Como resultado, o *Snow* despençou na pontuação do Quadro 4 da próxima seção, que antes havia sido cogitado como o aplicativo mais adaptável ao contexto educacional. A situação atual do *Snow* o fez igualar com o MSQRD, como bem mostra o Quadro 3, no qual em ambos encontram-se diversos recursos ausentes.

Seguindo a tendência dos aplicativos aqui estudados, o *Google* decidiu investir no *Youtube*, lançando o *Reels*, que é similar ao *Stories* do *SnapChat*. Inicialmente o *Reels* está disponível apenas como teste, desde novembro de 2017, para alguns *youtubers* de grande audiência (a partir de dez mil inscritos), conforme explica D'Onfro (2017). Contudo, pode-se adiantar algumas características: possui limite de 30s para gravação e máscaras. Embora seja divulgado que o vídeo não desaparece em 24h, parece haver uma flexibilidade quanto a sua duração, pois a gravação desaparece conforme vontade do autor. Portanto espera-se que o *Reels* fique aberto para todos os usuários e assim seja possível averiguar se este contempla todos os aspectos priorizados no Quadro 4 da próxima seção.

#### 4. Resultado da Análise dos Aplicativos

Como resultado da análise dos Quadros 1, 2 e 3, o Quadro 4 apresenta uma síntese dos aspectos, dos aplicativos que viabilizam o vídeo curto, que devem ser priorizados no contexto educacional, quantificando-os: se disponibiliza a visualização em formato de história, se possui efeitos especiais das máscaras dinâmica, se possui privacidade na visualização da história, se possui variedade no limite de tempo disponível para gravação, se possui flexibilidade na quantidade de vezes que é possível visualizar o conteúdo, se possui flexibilidade na duração do conteúdo no aplicativo. Afim de confrontar o resultado quantitativo apresentado no Quadro 4, os aplicativos são categorizados, e a partir daí é realizado uma nova análise de cunho qualitativo. No final dessa seção é apresentado um breve cruzamento de dados entre

---

<sup>11</sup> Posteriormente na Tabela 3, é visto o aplicativo MSQRD que não é limitado quanto ao compartilhamento em diferentes aplicativos.

<sup>12</sup> Na tabela 2, o *Snow* perdeu a opção de inserir texto (legenda) nos vídeos.

a primeira análise e a segunda, no qual é apontado um aplicativo em comum entre as duas análises.

#### 4.1 Resultado Quantitativo

O único aplicativo, dentre os do Quadro 1, que possui 7 dias de duração do conteúdo (os demais são apenas 24h) como única opção, é a função Destaque do Skype. Contudo, o *Telegram* e o *Viber* possuem uma vantagem maior, e por isso receberam “muito flexível” na tabela 4, pois dispõe de diferentes durações além de 1 semana, enquanto que o *MSQRD* e *Snow* não há opção alguma quanto ao aspecto de duração, pois depende dos aplicativos que receberão o compartilhamento de seus vídeos.

Dos aplicativos que não possuem máscaras, o *WhatsApp* e o *Telegram* são aqueles que se mostraram viáveis para receber o compartilhamento proveniente de um dos aplicativos auxiliares, seja *Snow* ou *MSQRD*, conforme teste realizado na subseção 3.2.1. Neste caso, o único aspecto que o *WhatsApp* e o *Telegram* conseguem herdar do aplicativo auxiliar são as “máscaras”. Quando a isto, foi adicionado “+1” no referido aspecto do Quadro 4. Isso significa que em uma provável combinação de aplicativos, com o *WhatsApp* associado ao *Snow* ou *MSQRD* ou ainda com o *Telegram* associado ao *Snow* ou *MSQRD*, os demais aspectos serão provenientes do *WhatsApp* ou do *Telegram* e não herdado dos aplicativos auxiliares. Em outras palavras, no campo referente ao *WhatsApp* e ao *Telegram* o resultado final tanto corresponde a uma associação com o *Snow* como para o *MSQRD*. Apesar do acréscimo, cogitando uma associação, não houve grandes alterações no resultado.

**Quadro 4 – Aspectos priorizados no Resultado da Análise dos Aplicativos**

Aspectos priorizados (se tem = 1 Ponto - P)	Aplicativos (Quadro 1 + Quadro 2)								
	<i>Snap.</i>	<i>Instag.</i>	<i>Whats.</i>	<i>Face.</i>	<i>Skyp.</i>	<i>Teleg.</i>	<i>Snow</i>	<i>MSQ.</i>	<i>Viber Wink</i>
Formato de História (máximo – max 1P)	1	1	1	1	1	0	1	0	0
Máscaras (max 1P)	1	1	0+1	1	1	0+1	1	1	0
Privacidade da história (max 1P): 1P→ disponibilizar vídeos em formato de história apenas para pessoas pré-selecionadas; 0,5P→ disponibilizar vídeos sem história apenas para pessoas pré-selecionadas;	0,5	1	1	<u>S</u> :1; <u>H</u> :1; <u>D</u> :0,5	0,5	0,5	-	-	0,5
Tempo de gravação (max 3P): 1P para cada tempo diferente.	1	1	1	<u>S</u> :2; <u>H</u> :1; <u>D</u> :2	2	1	3	1	2
Visualização (max 2,5P): 0,3P→ Pouco Flexível – PF:1x; 0,5P→ Médio Flexível - MF: 2x; 0,7P→ Variável – V: enquanto existir interação dentro de 24h; 1P→ Muito Flexível MTF: ilimitado.	PF e MTF: 1,3	PF, V, MTF: 2	MTF: 1	<u>S</u> , <u>H</u> → MF: 0,5; <u>D</u> → MF, V: 1,2	MTF: 1	MTF: 1	Conforme regra do aplicativo externo (a receber o compartilhamento)		MTF: 1

Duração (max 1,5P): 0,5P→PF/Curto-C: 1dia; 1P→ PF/Longo-L: 7dias; 1,5P→ MTF: diferentes opções.	PF/C: 0,5			PF/L: 1	MTF: 1,5			MTF: 1,5	
Total de Pontos (max 10P)	5,3	6,5	5,5	S:6; H:5; D:6,2	6,5	5	5	2	5

Fonte: as autoras

Percebe-se no Quadro 4, diante do total de pontos, que nenhum dos aplicativos propiciam um ambiente totalmente favorável com características que possam beneficiar um ambiente acadêmico. Isso porque nenhum deles contemplam todos os aspectos. Os aplicativos *Snapchat*, *WhatsApp*, sua história do *Facebook*, *Telegram*, *Snow*, *MSQRD* e *Viber* tiveram baixa pontuação no Quadro 4, por estarem praticamente numa faixa de 50% e até menos que isso. Em um total de 10 pontos, a maior nota obtida foi 6,5, ou seja um aproveitamento regular de 65%. O ideal seria encontrar um aplicativo, que simultaneamente possuísse os aspectos citados no Quadro 4 de forma positiva: formato de história, máscaras, privacidade na visualização da história, diferentes limites de tempo para gravar, flexibilidade de chances para visualizar o conteúdo e flexibilidade para durá-lo. É importante contemplar todos esses aspectos para que o aplicativo melhor se ajuste as necessidades dos alunos.

O Quadro 4 aponta que o *Instagram* e o *Skype* são os aplicativos com maior pontuação (6,5), quase empatados com o *direct* do *Facebook* (6,2), indicando que possuem melhores condições para desenvolver uma atividade pedagógica. Com pouca diferença depois vem o “seu dia” do *Facebook* (6), em terceiro lugar. Embora o resultado mostre favorável para o *Instagram* e para o *Skype*, esses aplicativos deixam a desejar em um dos aspectos observados no Quadro 4, pois não há privacidade da história para interagir em grupo, ela sempre ficará pública para demais usuários. Além do mais, no aspecto de duração o *Instagram* é pouco flexível, pois o conteúdo só permanece por um dia e não há outra alternativa.

#### 4.2 Resultado Qualitativo

Dentre os aplicativos abordados, percebe-se uma divisão em três categorias, que refletem uma visão mais abstrata para uma segunda análise dos aplicativos. Na primeira categoria encontra-se os aplicativos mais populares e que disponibilizam a história de forma externa ao bate papo (*SnapChat*, *Instagram*, *Facebook*, *Skype*, *WhatsApp*), com a ressalva que dentre estes o *Skype* é o único aplicativo no qual a interação só vem por meio do bate papo e o *WhatsApp* também participa da próxima categoria. Na segunda categoria encontra-se os aplicativos, nos quais a interação acontece exclusivamente no bate papo (*WhatsApp*, *Telegram* e *Viber*). No entanto, numa categoria alternativa encontra-se os que não possuem histórias e nem máscaras dinâmicas (*Telegram* e *Viber*), não incluindo assim o *WhatsApp*, que já pertence a primeira categoria. Na terceira categoria encontra-se os que não possuem meios de interação (*Snow* e *MSQRD*), mas que podem auxiliar a segunda categoria de aplicativos que não possuem máscaras.

É levado em consideração os dois primeiros aspectos no Quadro 4, quanto a importância da história, na qual o raciocínio do aluno é formado por meio da união de pequenos discursos sequenciais; e a importância das máscaras, que pode contribuir para que os mais inibidos tenham mais coragem em participar. Diante disso, a categoria alternativa (*Telegram* e *Viber*) pode ser eliminada pela ausência simultânea

dos dois aspectos citados. Mesmo que a terceira categoria seja auxiliar, o *Snow* e *MSQRD* não seriam capazes de suprir todas as deficiências da categoria alternativa (*Telegram* e *Viber*), pois a ausência de histórias permaneceria. Assim, os vídeos criados no *Telegram* e no *Viber* ficam distribuídos em um bate-papo, diferente da proposta de história, difundida pelo *SnapChat*.

Ainda levando em consideração os dois aspectos do Quadro 4, o *WhatsApp* possui história, mas não dispõe de máscaras. Nesse caso o *Snow* ou o *MSQRD* (terceira categoria) são opções que podem auxiliar o *WhatsApp*, pois sua principal deficiência é a ausência de máscaras, ou seja, o *WhatsApp* torna-se viável se utilizado em conjunto com um dos aplicativos da terceira categoria. Isso significa que é possível compartilhar no *Status* do *WhatsApp* (uma função que replica as histórias do *SnapChat*), os vídeos com efeitos especiais das máscaras do *MSQRD* ou do *Snow*. A vantagem do *Status* do *WhatsApp* não dispor de tais efeitos é que o torna um aplicativo leve, tornando-o ágil.

Os aplicativos da primeira categoria apresentam o formato de história, preconizada pelo *SnapChat*, para visualização sequencial do conteúdo. Mas, a diferença do *Skype* para os demais é que o conteúdo a ser mostrado primeiro é sempre o atual e para continuar a ver a sequência é preciso deslizar a tela exclusivamente para a esquerda, enquanto que nos demais a história percorre sozinha, automaticamente, sempre na ordem do primeiro gravado para o último (atual). Dessa forma, o uso do *Skype* pode ser um problema no contexto didático, pois inviabiliza a sequência de ideias, pela ordem inversa da disposição dos vídeos.

Com o rumo dado ao *Telegram* e ao *Viber* pela ausência de histórias; ao *Skype*, revelando sua deficiência na história apresentada em ordem inversa. Ainda há na segunda categoria, o *WhatsApp*, no qual sua deficiência de máscaras foi suprida pelos aplicativos da terceira categoria; como também o *SnapChat*, *Instagram* e *Facebook* que são aplicativos mais completos e por isso serão analisados no aspecto privacidade a seguir.

Um dos aspectos expostos na Tabela 4 (se possui privacidade na visualização da história) demonstra a preocupação em deixar o momento pedagógico privado das interferências dos contatos que já participam do aplicativo em uso. Por isso a importância de identificar quais deles é possível produzir com privacidade, de forma que apenas os colegas da disciplina tenham acesso aos vídeos temáticos.

É possível configurar no *WhatsApp* para quem deixar disponível a visualização do conteúdo publicado no *status*, pois há três opções para manter a privacidade das histórias: “meus contatos”, “meus contatos exceto...”, ou ainda “compartilhar somente com ...”. Esta última opção parece ideal para selecionar apenas os alunos da disciplina.

No caso do *SnapChat*, a visualização do envio de vídeos em um grupo de bate-papo para manter a privacidade de contatos alheios a disciplina, não é em formato de história. Sua visualização é infinitamente repetida, mas ao sair da tela expandida do vídeo, só é possível ver outra vez de forma infinita, de modo que saindo da tela não será mas possível repetir a visualização.

Para enviar vídeos com privacidade no *Instagram* para um grupo de pessoas, no qual é chamado de *direct*, o formato de história permanece em um primeiro momento da visualização. Contudo, ao sair da tela expandida da história, voltando para o campo de bate-papo de envio de conteúdo ao grupo, já não é possível visualizar no formato de história e sim de forma separada.

Em “sua história” ou em “seu dia” do *Facebook*, os vídeos podem ser publicadas com total privacidade, escolhendo exatamente o grupo de pessoas que podem ter acesso as gravações. Contudo, o mesmo não acontece com o *Direct* do *Facebook*, pois a sequência de vídeos, que disponibiliza o formato de história, não é incorporado ao bate papo do aplicativo.

Dentre os últimos aplicativos analisados, indica-se a “sua história” ou o “seu dia” do *Facebook* juntamente com o *WhatsApp*, por dispor de privacidade na visualização da história, enquanto o *SnapChat* e *Instagram* não.

#### 4.3 Confronto de Resultados

A indicação do *WhatsApp*, implica na inclusão ou do *Snow* ou do *MSQRD*, por razões já discutidas no texto. Contudo, se comparado a primeira análise, exposta no Quadro 4, o *WhatsApp* apresenta um baixo aproveitamento, de apenas 45%.

Quanto as funções do *Facebook*, a que leva vantagem é “seu dia”, pois há duas opções no aspecto “tempo de gravação”, contra um único tempo para “sua história”. Nos demais aspectos encontram-se iguais.

Portanto, dentre as três opções “seu dia” é resultado em comum da análise de cunho qualitativo e também da análise quantitativa, quando recebeu o terceiro lugar no resultado final do Quadro 4. Os primeiros e segundo lugar do Quadro 4 não coincidem com os demais resultados.

#### 5. Considerações Finais

O artigo compara aplicativos que viabilizam a produção de video curto e efêmero e faz duas análises para auxiliar o professor a escolher o que mais se adequa a sua proposta pedagógica. Como resultado, na primeira análise, aponta os *Status* do *WhatsApp* e “sua história” ou “seu dia” do *Facebook* como funções mais adequadas para as preocupações apontadas nos aspectos analisados para o contexto pedagógico, com vantagem para a segunda opção do face. A vantagem apresentada na função “seu dia” do *Facebook* coincide com o terceiro lugar apontado na segunda análise, o que representa consistência no resultado. Contudo, entende-se que o resultado apontado é apenas uma sugestão, flexível, pois a escolha de um aplicativo deve considerar as necessidades do contexto educacional a ser aplicado.

Como a adoção de aplicativo de vídeo sem um planejamento pedagógico não o faz uma ferramenta interativa e construtora de conhecimento, pretende-se desenvolver uma representação de um modelo pedagógico. Um modelo que guie o professor nos pré-requisitos para utilizar de forma pedagógica um dos aplicativos a escolher dos mencionado nesse artigo. Aspira-se também aplicar o modelo numa disciplina a definir, ajustando-o as necessidades do contexto aplicado.

#### References

APARICI, R. (org). **Conectados no ciberespaço**. São Paulo: Paulinas, 2012.

ARAGON, R; WICKRAMASINGHE, I. P. What has an Impact on Grades? Instructor-Made Videos, Communication, and Timing in An Online Statistics Course. **Journal of Humanistic Mathematics**, v.6, issue 2, p. 84-95, jul. 2016. Disponível em: <<http://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1213&context=jhm>>. Acesso em: 8 dez. 2016.

BLOOMBERG, M. **Mude o roteiro**: como criar um negócio de vídeo digital de sucesso. 2015. Disponível em:

- <<https://www.bbhub.io/mld/sites/6/2015/06/Bloomberg-Media-Documento-Video-Digital1.pdf>>. Acesso em: 5 dez. 2016.
- BORGES, T.; PACHECO, C. Modernos! Professores inovam e aderem ao Snapchat para incentivar alunos. **Correio 24 horas**, Salvador, 10 ago. 2016. Disponível em: <<http://www.correio24horas.com.br/detalhe/enem/noticia/modernos-professores-inovam-e-aderem-ao-snapchat-para-incentivar-alunos/?cHash=07cf151deca62b5c96800d7db1c28d45>>. Acesso em: 10 nov. 2016.
- CHAYKOWSKI, k. Facebook's Rich History Of Copying Snapchat. **Forbes**, 3 ago. 2016. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/kathleenchaykowski/2016/08/03/snapchat-copycat-facebooks-rich-history-of-copying-its-best-features/#1b1e876b3b79>>. Acesso: 1 nov. 2017.
- CIRIACO, D. Câmeras de celular: evolução que vai muito além dos megapixels. **Canaltech**, São Bernardo do Campo, 27 maio 2016. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/materia/smartphones/cameras-de-celular-evolucao-que-vai-muito-alem-dos-megapixels-67675/>>. Acesso em: 25 nov. 2016.
- D'ONFRO, J. YouTube responds to the popular 'stories' trend from Snapchat and Facebook with a new product called 'Reels'. **CNBC**, New Jersey, 30 nov. 2017. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2017/11/30/youtube-launches-new-stories-format-called-reels.html>>. Acesso em: 29 mar. 2018.
- DUTRA, C. G. F. S.; ARRUDA, D. P. A. O vídeo como recurso educacional na EaD. In: Seminário Internacional de Educação a Distância, 5, 2013, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: CAED, 2013, p. 845-857.
- FERNANDEZ, V. et al. Online discussion forums with embedded streamed videos on distance courses. **Journal of Technology and Science Education**, v. 4, n. 1, p. 25-38, mar. 2014. Disponível em: <<http://www.jotse.org/index.php/jotse/article/view/91/120>>. Acesso em: 18 dez. 2016.
- GALBRAITH, A. Trading bonds in China? You might want this chat app for millennials. **CNBC**, Shanghai, 14 jul. 2017. Disponível em: <<https://www.cnbc.com/2017/07/13/reuters-america-trading-bonds-in-china-you-might-want-this-chat-app-for-millennials.html>>. Acesso em: 29 out. 2017.
- GUTIÉRREZ, O. Facebook lanza Flash, un rival de Snapchat, en mercados emergentes. **CNET**, Nova York, 9 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.cnet.com/es/noticias/facebook-flash-app-brasil-rival-snapchat/>>. Acesso: 29 out. 2016.
- GLANCE, D. G. et al. The pedagogical foundations of massive open online courses. **First Monday**, Chicago, v.18, n. 5, maio, 2013. Disponível em: <<http://firstmonday.org/article/view/4350/3673>>. Acesso em: 4 jan. 2017.
- HACK, J. R.; PIRES, L. B. Comunicação e educação na construção de materiais didáticos em áudio e vídeo: aportes teóricos e bases práticas para a elaboração e execução de roteiros educativos. **Relatório de Pesquisa de Demanda Induzida**, Joaçaba: UNOESC, 2006.
- JI-YOON, L. Sequoia, SoftBank acquire 20% stake in Snow China. **The Investor**, Yongsan-gu, 24 jan. 2018. Disponível em: <<http://www.theinvestor.co.kr/view.php?ud=20180124000843>>. Acesso em: 29 mar. 2018.

- KHAN, S. **The one world schoolhouse**: Education reimaged. London: Hodder & Stoughton, 2012.
- LOYOLA, G. F.; PIMENTEL, L. G.; GLÓRIA, B. G. Ensino de artes visuais a distância: o desafio das novas propostas didáticas audiovisuais e a série professor artista. In: Seminário Internacional de Educação a Distância, 5, 2013, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: CAED, 2013, p. 981-991.
- MOREIRA, J. F. C. Os telecurso da Rede Globo: a mídia televisiva no sistema de educação a distância (1978-1998). 2006. 181 p. **Dissertação** (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em História, Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- MUIRHEAD, B. Integrating Creativity into Online University Classes. **Educational Technology & Society**, v.10, n.1, p. 1-13, set. 2007. Disponível em: <[http://www.ifets.info/journals/10\\_1/1.pdf](http://www.ifets.info/journals/10_1/1.pdf)>. Acesso em: 12 dez. 2016.
- NORVIG, P. **Peter Norvig**: The 100,000 –s tudent classroom. Nova York: Films Media Group, 2012. Disponível em: <[http://www.ted.com/talks/peter\\_norvig\\_the\\_100\\_000\\_student\\_classroom.html](http://www.ted.com/talks/peter_norvig_the_100_000_student_classroom.html)>. Acesso em: 4 jan. 2017.
- NOVA, Cristiane; ALVES, Lynn. Estação online: a "ciberescrita", as imagens e a EAD. In: SILVA, Marco (org.). **Educação online**: teorias, práticas, legislação, formação corporativa. Ipiranga, SP: Edições Loyola, 2006.
- PADRÃO, M. A estratégia que fez o Facebook colocar o Snapchat no bolso. **UOL**, São Paulo, 16 ago. 2017. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2017/07/28/atacado-por-clones-do-facebook-snapchat-aposta-em-inovacao-para-sobreviver.htm>>. Acesso em: 29 nov. 2017.
- PRATT, K.; PALLOFF, R. **Building Learning Communities in Cyberspace**: effective strategies for online classroom. California: Jossey Bass Inc, 1999.
- PRESSE, F. Snapchat lança bate-papos em grupo. **G1**, Rio de Janeiro, 14 dez. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/snapchat-lanca-bate-papos-em-grupo.ghtml>>. Acesso em: 14 dez. 2016.
- POSSEBON, S. **TV por assinatura**: 20 anos de evolução. São Paulo: Save Produção, 2009.
- RAFAELI, S. Interactivity: from new media to communication. In: **Sage annual review of communication research**: advancing communication science. Beverly Hills: Sage, 1988, v. 16, p. 110-134. Disponível em: <[http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/Interactivity\\_Rafaeli.pdf](http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/Interactivity_Rafaeli.pdf)>. Acesso: 18 dez. 2016.
- SCHNEIDER, C. K.; RIBEIRO, L. O. M., A Produção de Vídeo para Internet na Educação a Distância. In: Congresso Brasileiro de Ensino Superior a Distância, 10, 2013, Belém. **Anais...** Belém: AEDI-UFPA, 2013, p. 208-223.
- SCHMIDT, M. Lessons from Teaching Undergraduate Finance Online. **USFSP Digital Archive**, St. Petersburg, 13, dez. 2011. Disponível em: <[http://rwahlers.iweb.bsu.edu/abd2011/submissions in PDF/p11\\_schmidt.pdf](http://rwahlers.iweb.bsu.edu/abd2011/submissions%20in%20PDF/p11_schmidt.pdf)>. Acesso em: 10 dez. 2016.
- SILVEIRA, A. P. K. et al. Uma breve revisão histórica do papel das videoaulas na EaD no Brasil. **Working Papers em Linguistic**, Florianópolis, v.11, n.2, p. 53-66, 2010.

WEYRAUCH, M. S. Futuro da Veiculação de Vídeos na Internet. 2011. 75p.  
**Dissertação** (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Administração de Empresa, Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.