

**INSTITUTO FEDERAL DE
EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**
PARAÍBA
Campus Avançado Cabedelo

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA – CAMPUS
CABEDELLO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

**Cheio de Nó: tecendo história e técnica, uma série de vídeos curtos didáticos nas
redes sociais para entusiastas do macramê.**

João Vieira da Penha Neto

CABEDELLO, PB

2024

Cheio de Nó: tecendo história e técnica, uma série de vídeos curtos didáticos nas redes sociais para entusiastas do macramê.

João Vieira da Penha Neto

Projeto apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório para obtenção do título de tecnólogo no Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico.

Orientadora: Ana Carolina dos Santos Machado

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

P399c Penha Neto, João Vieira da.

Cheio de Nó: tecendo história e técnica, uma série de vídeos curtos didáticos nas redes sociais para entusiastas do macramê. /João Vieira da Penha Neto. - Cabedelo, 2024.

103 f. il.: Color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Design Gráfico). – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB. Orientadora: Profa. Ana Carolina dos Santos Machado.

1. Macramê. 2. Redes sociais. 3. Design instrucional. 4. Vídeos curtos.

I. Título.

CDU 331.432.6



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

JOÃO VIEIRA DA PENHA NETO

Cheio de Nó: tecendo história e técnica, uma série de vídeos curtos didáticos nas redes sociais para entusiastas do macramê

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do título de tecnólogo em Design Gráfico, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovada em 12 de setembro de 2024

Membros da Banca Examinadora:

Profa. Me. Ana Carolina dos Santos Machado
IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista
IFPB Campus Cabedelo

Profa. Dra. Renata Amorim Cadena
IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2024

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ana Carolina dos Santos Machado**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 01/10/2024 10:56:31.
- **Turla Angela Alquete de Arreguy Baptista**, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 01/10/2024 11:43:03.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/09/2024. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 611461

Verificador: d725ceb174

Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELLO / PB, CEP 58103-772
<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

Fragmentos.
Coisas pequenas que surgem com os dias.
Coisas que podem ser feitas.
Com as mãos.
Ou que podem ser vividas.
Coisas que nos acrescentam.
A música, um livro, uma refeição.
Que depois de incorporadas são memórias.
As coisas que gostamos de viver.

Mar Queirós de Araújo.

AGRADECIMENTOS

Ninguém constrói nada sozinho, e comigo não foi diferente. O caminho em busca dos nossos sonhos, por mais que nossos, é trilhado e sonhado junto de outras pessoas. Para que eu conseguisse finalizar essa etapa e encerrar esse ciclo, muitas pessoas contribuíram para minha jornada e levariam muitas páginas para agradecer a todas elas, mas em nome de algumas eu gostaria de externar minha profunda admiração e gratidão.

À Diomar, minha mãe, meu amor mais longevo, a primeira figura feminina da minha vida, uma mulher cheia de fé e coragem, paciente, protetora, atenciosa e resiliente, que mesmo com medo e sem entender, apoiou a minha decisão anos atrás de sair do conforto do ninho em busca desse sonho. Minhas irmãs Talita e Tamires por todo apoio moral e financeiro e confiança nos meus talentos. Aos meus sobrinhos recém chegados, Pedro e Arthur, por renovarem minha esperança de um futuro melhor. Vocês são meu núcleo duro. Ao meu pai José, pelo apoio financeiro.

Muito obrigado a toda a família do IFPB Campus Cabedelo, funcionários, colegas e professores, em especial à Renata Cadena, uma professora excepcional, que inspira talento e incentiva a busca pelo conhecimento, grande responsável pelo meu entusiasmo pela tipografia e também pelo desenvolvimento deste projeto.

Ao longo dessa trajetória, tive a sorte de encontrar e construir laços com pessoas incríveis, que sempre me incentivaram e ajudaram a evoluir como pessoa e profissional. Agradeço a todos os amigos do Coletivo Mangaba - Dega, Gui, Mayara, Maju, Quixaba, Maurício, Lanna, Letícia... Aos meus amigos Vitor Rézio, Vitor Melo, Adailton, Raphael, Juan, Matheus, Pollyanna. Aos amigos da minha adolescência, que carregou no coração - Janes, Rodrigo, Bia, Frankly, Mylana. À minha grande amiga e companheira de morada, Luana Kelly, por todo apoio e incentivo desde o nosso encontro, e especialmente durante a execução deste trabalho. Gratidão por tudo, meus amigos. Amo vocês!

À minha orientadora Carol, pela receptividade e troca durante o tempo que estivemos juntos, por toda atenção, paciência, empenho e contribuições para finalização deste trabalho.

Por fim, e não menos importante, gostaria de agradecer a mim mesmo, ao João adolescente de 13 anos atrás, que dedicava horas do dia fuçando o Photoshop, programando e disponibilizando temas no Tumblr, criando convites de aniversário para as tias, desenhando modelos de camisas para as turmas da escola, e acreditando que era possível sair do interior da Paraíba e transformar o hobby da adolescência em profissão. Muito obrigado por acreditar. Olha onde chegamos: o final de uma jornada, mas apenas o começo de uma grande história.

RESUMO

Este projeto tem como objetivo desenvolver uma série de seis vídeos curtos baseados em parâmetros do design instrucional para promover a técnica do macramê nas redes sociais, contextualizando a história desse tipo de artesanato e ensinando os principais nós da técnicas. Os objetivos específicos deste trabalho incluem fomentar o artesanato e entender como o Design Gráfico e Instrucional podem aprimorar o conteúdo didático nas redes sociais, além de avaliar a plataforma principal na qual ele será veiculado, o Instagram - uma plataforma em crescente ascensão na criação e disseminação de conteúdos de caráter didático através de vídeos curtos. A relevância deste trabalho está na propagação de uma técnica de artesanato, fomentando a economia criativa com destaque nas áreas de Mídias Digitais e do Artesanato no cenário local que é uma potência desses setores - Paraíba. Além disso, o presente trabalho visa ampliar horizontes para uma marca de macramê no cenário do artesanato paraibano e nas redes sociais.

Palavras-Chave: macramê, redes sociais, design instrucional, vídeos curtos.

ABSTRACT

This project aims to develop a series of six short videos based on instructional design parameters to promote the macramé technique on social media, contextualizing the history of this type of craft and teaching the main aspects of the technique. The specific objectives of this work include promoting craftsmanship and understanding how Graphic and Instructional Design can improve educational content on social networks, in addition to evaluating the main platform on which it will be broadcast, Instagram - a platform on the rise in creation and dissemination of didactic content through short videos. The relevance of this work lies in the propagation of a craft technique, promoting the creative economy with emphasis on the areas of Digital Media and Crafts in the local scene, which is a powerhouse in these sectors - Paraíba. Furthermore, this work aims to broaden horizons for a macramé brand in the Paraíba craft scene and on social networks.

Keywords: macramé, social networks, instructional design, short videos.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
1.1 Delimitação do tema	15
1.2 Objetivos	16
1.2.1 Objetivo geral	
1.2.2 Objetivos específicos	
1.3 Problema	17
1.3.1 Problema prático	
1.3.2 Problema de pesquisa	
1.4 Justificativa	18
2. REFERENCIAL TEÓRICO	
2.1 MACRAMÊ	21
2.1.1 A origem das manifestações têxteis	21
2.1.2 A história dessa arte	21
2.1.3 A técnica, ferramentas e materiais utilizados	26
2.2 UM PANORAMA SOBRE REDES SOCIAIS E SEUS CONTEÚDO	34
2.2.1 Instagram, história e evolução da plataforma	35
2.2.2 Demais plataformas e suas dinâmicas de criação de conteúdo	45
2.3 DESIGN INSTRUCIONAL	47
2.3.1 O processo metodológico projetual do design instrucional	49
2.3.2 Design Instrucional e o uso de gráficos voltado para conteúdos audiovisuais didáticos	51
3. METODOLOGIAS	
3.1 Metodologia de Pesquisa	56
3.2 Metodologia Projetual (ADDIE)	58
3.2.1 ANALYZE, Fase de Análise	60
3.2.2 DESIGN, Planejamento do Projeto	72
3.2.3 DEVELOP, Desenvolvimento do Projeto	74
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	78
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	84
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Diagrama de Venn	10
Figura 02 e 03 - Cesto de vime com aplicações em macramê	17
Figura 04 - Marinheiros trabalhando com aprimoramento de nós	17
Figura 05 - Barrado de toalha de mesa italiano	18
Figura 06 e 07 - Bolsa de trabalho com aplicações em macramê	19
Figura 08 e 09 - Capa e prefácio do “Sylvia’s Book of Macrame”	20
Figura 10 - Hippies fazendo uso de peças de macramê	21
Figura 11 - Popularização do macramê	21
Figura 12 - Nó de Laçada	22
Figura 13 - Nó Quadrado	23
Figura 14 - Nó Espiral	23
Figura 15 - Nó Festonê	23
Figura 16 - Nó Escondido	24
Figura 17 - Materiais básicos de produção	25
Figura 18 - Painel em macramê com fibras de algodão	26
Figura 19 - Materiais e acessórios para produção	27
Figura 20 - Painel e Abajur feitos com bastidor	27
Figura 21 - Chaveiros em mosquetões	28
Figura 22 - Plataformas mais usadas nas redes sociais	30
Figura 23 - Evolução do logotipo do Instagram	31
Figura 24 - Interfaces iniciais da plataforma	31
Figura 25 - Interface atualizada com novo design	33
Figura 26 - Introdução do IGTV na plataforma	34
Figura 27 - Introdução da ferramenta Shopping na plataforma	35
Figura 28 - Introdução do Reels	36
Figura 29 - Apresentação da ferramenta Guias na plataforma	37
Figura 30 - Atualização visual do Instagram	38
Figura 31 - Melhorias na ferramenta Reels	38
Figura 32 - Áreas do conhecimento que fundamentam o DI	43
Figura 33 - Divisão de fases e etapas da metodologia ADDIE	44
Figura 34 - Relatório razões para uso da internet no último ano	46
Figura 35 - Análises do questionário aplicado	51
Figura 36 - Análises do questionário aplicado	52
Figura 37 - Análises do questionário aplicado	53
Figura 38 - Logotipo da marca que apresentará a série de vídeos	54
Figura 39 - Detalhes visuais da marca	54

Figura 40 - Perfil da marca no Instagram	55
Figura 41 - Métricas do perfil da marca no Instagram	56
Figura 41 - Perfil da Viaj'arte Tutoriais	57
Figura 42 - Reels analisado da Viaj'arte Tutoriais	58
Figura 43 - Perfil da Fer Campelo Ateliê	59
Figura 44 - Reels analisado da Fer Campelo Ateliê	59
Figura 45 - Perfil da Luciana Fonseca Paim	60
Figura 46 - Reels analisado da Luciana Fonseca Paim	61
Figura 47 - Perfil da Nobis Macramê	62
Figura 48 - Reels analisado da Nobis Macramê	62
Figura 49 - Perfil da Macramar Ateliê	64
Figura 50 - Reels analisado da Macramar Atelie	64
Figuras 51 e 52 - Os dois ângulos gravados na série	69
Figura 53 - Cenário montado no ateliê da marca	70
Figura 54 - Cenário montado no ateliê da marca	70
Figura 55 - Cenário montado no ateliê da marca	70
Figura 56 - Tela de trabalho CapCut	71
Figura 57 - Seção de recursos disponibilizados no CapCut	71
Figura 58 - Seção de recursos disponibilizados no CapCut	71
Figura 59 - Linha do tempo de áudio do CapCut	72
Figura 60 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série	73
Figura 61 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série	73
Figura 62 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série	73
Figura 63 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série	73
Figura 64 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série	73
Figura 65 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série	73
Figura 66 - Imagens de cenas de um dos vídeos da série	75
Figura 67 - Imagens de cenas de um dos vídeos da série	75
Figura 68 - Imagens de cenas de um dos vídeos da série	75
Figura 69 - Comentários recebidos na publicação do primeiro vídeo	75
Figura 70 - Comentários recebidos na publicação do primeiro vídeo	75
Figura 71 - Comentários recebidos na publicação do primeiro vídeo	75
Figura 72 - Visão geral das métricas do primeiro vídeo	76
Figura 73 - Métricas de alcance e reprodução do primeiro vídeo	77
Figura 74 - Métricas de interações no primeiro vídeo	78
Figura 75 - Feedback qualitativo do primeiro vídeo	78
Figura 76 - Feedback qualitativo do primeiro vídeo	78
Figura 77 e 78 - Feedback qualitativo do primeiro vídeo	78

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Princípios do uso de multimídia no aprendizado eletrônico	47
Quadro 02 - Função comunicacional dos gráficos	49
Quadro 03 - Função psicológica dos gráficos	49
Quadro 04 - Análise de perfis e conteúdos similares	65
Quadro 05 - Legendas para entendimento do quadro anterior	66
Quadro 06 - Perfis e conteúdos similares comparados aos vídeos da série desenvolvida.	81
Quadro 07 - Cronograma de postagem dos vídeos da série	83

1. INTRODUÇÃO

Com o avanço tecnológico e a expansão da internet, a integração de novas tecnologias e dispositivos digitais estão cada vez mais presentes, e, assim, a incorporação das redes sociais para além da vida social cotidiana já é uma realidade. De acordo com Torres (2019, p.44) em seu livro "A Bíblia do Marketing Digital", a internet é descrita como “uma rede de milhões de pessoas, de todas as classes sociais, que buscam informações, diversão e relacionamento e que comandam, interagem e interferem em toda e qualquer atividade ligada a sociedade e aos negócios.”

Nesse cenário volátil, as mídias sociais desempenham um papel significativo como instrumento de publicidade e uma ponte de comunicação entre as empresas e clientes, organizações e seus públicos-alvos. Além da funcionalidade de comunicação, as redes sociais também têm se tornado eficazes para obter determinadas informações a respeito de um assunto, adquirir habilidades e conhecimentos de forma alternativa através das dinâmicas de criação de conteúdo que as plataformas dispõem (Maia, 2021).

O Macramê, segundo Campos e Garcia (2012) é uma arte milenar oriunda da tecelagem que consiste na técnica de atar fios utilizando apenas as mãos, com vários tipos de nós e de diversos materiais e espessuras distintas. De acordo com o Portal Terra, o macramê foi uma das técnicas mais procuradas online durante o isolamento social causado pela pandemia da COVID-19, com um aumento de 400% nas pesquisas relacionadas ao artesanato no mesmo período do ano anterior. O interesse renovado por essa prática artesanal durante esse período evidencia, não apenas um aumento no desejo por atividades manuais, mas também destaca a importância do macramê como uma prática terapêutica, capaz de oferecer uma pausa ou desaceleração na rotina e um senso de realização ao criar algo manualmente.

Com o surgimento e ascensão das mídias digitais nas redes sociais e sua incorporação nos processos de ensino-aprendizagem, o Design Instrucional ou Design Informacional (DI), definido como o conjunto de atividades voltadas à formulação de ações educativas, tornou-se um aliado para repensar as estratégias didáticas e adaptar as metodologias para melhor integrar as novas tecnologias e maximizar seu potencial educativo tanto para materiais educativos aplicados em âmbitos presenciais quanto a distância (Barreiro, 2016).

Diante do exposto, este projeto visa desenvolver uma série de vídeos curtos baseados em parâmetros do design instrucional para explicar macramê nas redes

sociais. Fomentando o artesanato e contribuindo para propagação da técnica do macramê, compreendendo como o Design Gráfico e Instrucional pode potencializar a criação de conteúdo didático sobre macramê nas redes sociais, e entendendo as ferramentas e funcionalidades da plataforma Instagram para a propagação de conteúdos audiovisuais com caráter instrucional.

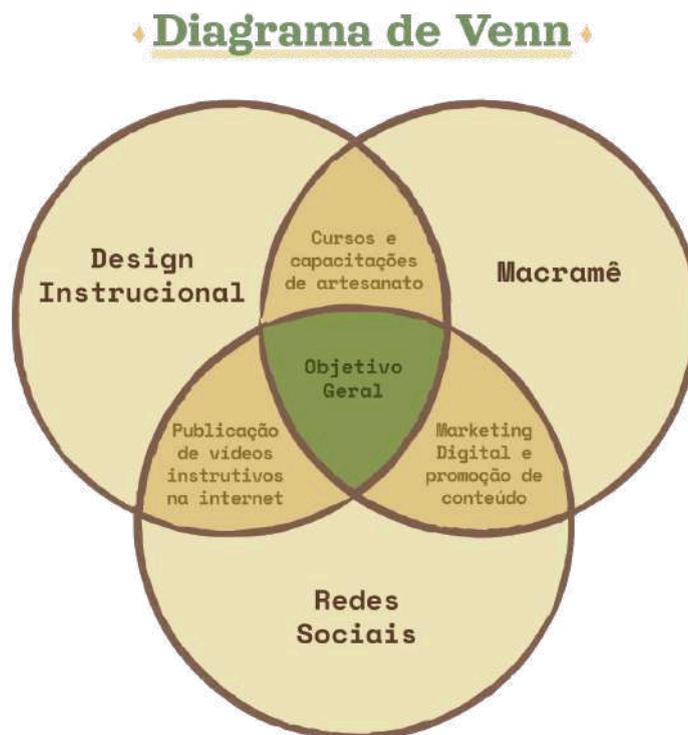
Através de uma vasta pesquisa bibliográfica em livros, trabalhos acadêmicos, artigos, periódicos digitais, sites e matérias da internet, a fim de estudar e discutir os principais conceitos, métodos e definições que permeiam as três maiores áreas desta pesquisa: Macramê, Design Instrucional e Redes Sociais, foi construída a fundamentação teórica e o conteúdo estudado serviu de guia para a escolha da metodologia projetual: o modelo metodológico ADDIE, comumente utilizado no campo do design instrucional para guiar o desenvolvimento de conteúdos educacionais de forma estruturada e eficiente.

A metodologia aplicada é propícia para criação de um material instrucional de qualidade, que possibilite ampliar horizontes de uma marca de macramê no cenário do artesanato paraibano e nas redes sociais, explorando o cenário local como potência da economia criativa, além de estudar mídias audiovisuais, as redes sociais e compreender suas dinâmicas de criação de conteúdo.

Como este trabalho se concentra na identidade audiovisual e no design instrucional de um projeto extenso e complexo, o foco principal será direcionado para as fases da etapa de concepção da metodologia ADDIE - análise, planejamento e desenvolvimento da série de vídeos. As etapas de execução - implementação e avaliação - serão descritas no tópico de resultados e discussões. Considerando que a implementação dos vídeos ainda estará em andamento no momento da apresentação desta pesquisa, o estudo se concentrará na avaliação do primeiro vídeo, que introduz o projeto e apresenta a história do macramê.

1.1 Delimitação do tema

Figura 01 - Diagrama de Venn



Fluxo de assuntos abordados:

- Design Instrucional
- Macramê
- Artesanato
- Redes Sociais
- Audiovisual
- Conteúdo Didático
- Empreendedorismo
- Economia Criativa
- Design Gráfico
- Tutorial
- Vídeos Curtos
- Marketing Digital

Fonte: do autor.

Este projeto teórico-prático irá abordar de forma ampla os três campos maiores do diagrama: **Design Instrucional, Macramê e Redes Sociais**. Estas palavras-chaves além de serem as mais importantes para o desenvolvimento do projeto, também possibilitam interpretações de tópicos variáveis deste universo e que vão se tornando essenciais de acordo com a finalidade desta pesquisa, sendo elas: **Publicação de vídeos instrutivos na internet, Cursos e capacitações de artesanato e Marketing digital e promoção de conteúdo**. Juntas, todas estas discussões são imprescindíveis para concretizar o objetivo geral deste trabalho que é **desenvolver uma série de vídeos curtos baseados em parâmetros de design instrucional para explicar macramê nas redes sociais**.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa é **desenvolver uma série de vídeos curtos baseados em parâmetros do design instrucional para explicar macramê nas redes sociais.**

1.2.2 Objetivos Específicos

- Fomentar o artesanato e contribuir para propagação da técnica do macramê;
- Compreender como o Design Gráfico e Instrucional pode potencializar a criação de conteúdo didático sobre macramê nas redes sociais;
- Entender as ferramentas e funcionalidades da plataforma Instagram para a propagação de conteúdos audiovisuais com caráter instrucional.

1.3 Problema

1.3.1 Problema Prático

A carência de materiais devidamente embasados em parâmetros do design instrucional para promover a aprendizagem da técnica do macramê por meio de vídeos instrutivos nas redes sociais.

1.3.2 Problema da pesquisa

Estudar o design instrucional e gráfico, e compreender parâmetros que auxiliem na produção de vídeos instrutivos para promover a técnica do macramê nas redes sociais.

1.4 Justificativa

A economia criativa é um campo de estudo relativamente recente que apresenta uma abordagem inovadora para a produção de bens e serviços, utilizando a criatividade e o intelecto como fonte principal de matéria-prima. Esse modelo econômico emergente tem como objetivo fundamental estimular a criatividade, a originalidade e as expressões artísticas e culturais em todas as esferas da produção econômica, desenvolvendo e inovando através das políticas multidisciplinares.

Como observado por Dalla Costa e Souza-Santos (2011), a economia criativa rapidamente cresceu e se diversificou em quatro áreas criativas distintas, compreendendo 13 segmentos diversos. **Cultura:** Expressões Culturais, Artes Cênicas, Música, Patrimônio e Artes; **Tecnologia:** TIC, Biotecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento; **Consumo:** Publicidade e Marketing, Design, Arquitetura e Moda; **Mídia:** Editorial e Audiovisual. Dentre essas áreas destacam-se para esta pesquisa várias vertentes, o Design, Publicidade e Marketing e em especial, o Artesanato, que se enquadra no segmento de Expressões Culturais pertencente à área criativa da Cultura, e também Audiovisual, que é um segmento da área de Mídia.

De acordo com os resultados da pesquisa "Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil", conduzida periodicamente em âmbito nacional pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), o setor de Expressões Culturais representou, em 2020, aproximadamente 6,4% do total de vínculos criativos no país. Mesmo sendo a área criativa com menor participação na indústria, surpreendentemente, essa área empregou formalmente mais de 60,2 mil profissionais, demonstrando seu potencial econômico substancial mesmo atravessando os impactos sofridos pela pandemia da COVID-19.

Além disso, os dados da FIRJAN em seu relatório de 2022 também apontam que o vínculo criativo de destaque positivo durante o período de 2017 a 2020 foi o de Artesãos, que registrou um crescimento exponencial de 19,2% ao longo desses anos. Esse aumento significativo demonstra a importância que o artesanato desempenha na economia criativa, destacando sua capacidade de gerar empregos, estimular o desenvolvimento econômico local e perpetuar o seu valor cultural.

A área criativa de Mídia, por sua vez, representou em 2020, 9,1% dos vínculos empregatícios totais do país. Empregando cerca de 85,3 mil pessoas, mesmo passando por mudanças significativas devido ao desenfreio desenvolvimento e ascensão das novas tecnologias de comunicação que mudam constantemente a forma como as pessoas produzem, disseminam e consomem conteúdo desta área criativa.

Além disso, o único destaque positivo relevante dentro da área foi Editor de mídia eletrônica (19,4%), que está diretamente relacionado a ascensão das mídias digitais e redes sociais.

Tendo em vista os dados sobre estas áreas da economia criativa, além da importância de fomentar o crescimento deste modelo econômico, o cenário local é um fator importante para a viabilização deste projeto, visto que se insere num espaço favorável e em constante desenvolvimento das áreas criativas em questão, onde existem duas cidades criativas reconhecidas pela UNESCO.

A cidade de João Pessoa na Paraíba recebeu em 2017 o selo de cidade criativa do artesanato e segundo nota do G1 Paraíba se junta à rede na linha de frente dos esforços da uma iniciativa da UNESCO "para promover a inovação e a criatividade como motores essenciais para um desenvolvimento urbano mais sustentável e inclusivo". Já a cidade de Campina Grande foi reconhecida e incluída em 2021 na rede de cidades criativas da UNESCO na categoria de artes midiáticas.

A capital paraibana destaca-se por utilizar o capital intelectual aliado da criatividade e da cultura para gerar valor econômico, promovendo o empreendedorismo e o artesanato, é o que diz o portal da SEBRAE. A rainha da borborema, por sua vez, engloba arte digital, sonora, realidade virtual e aumentada, arte web, videogames, robótica, fotografia digital e cinema para promover o editorial e audiovisual, segundo o portal da UEPB.

No que se refere às mídias digitais e redes sociais, o Brasil possui 70% da população total ativa em redes sociais - em torno de 150 milhões de pessoas. Esse dado assegura o país no segundo lugar do ranking de países que mais passam tempo conectados à internet, segundo o relatório *Digital Global Overview Report (2023)*.

O crescente avanço tecnológico e a ascensão das mídias digitais e redes sociais na sociedade contemporânea destacam a importância dessas plataformas como canais de comunicação e negócios. As redes sociais ultrapassaram sua funcionalidade original de comunicação interpessoal, desempenhando hoje um papel fundamental na publicidade, gerenciamento corporativo de empresas, organizações e empreendedores, além do compartilhamento de conhecimento e habilidades de forma alternativa através das dinâmicas de criação de conteúdo que as plataformas dispõem. (Maia, 2021).

Criar conteúdo com propósito didático nas redes sociais é uma oportunidade que tem ganhado força nas mídias. No que diz respeito ao propósito deste projeto, o compartilhamento de técnicas manuais, como o macramê, representa uma oportunidade valiosa para ensinar habilidades de forma eficaz. A popularidade crescente dos vídeos curtos demonstra a disposição do público em consumir informações de maneira rápida e objetiva. Explorar a aplicação desses formatos

para transmitir o conhecimento sobre o macramê pode não só atender a essa demanda por conteúdo didático, mas também proporcionar uma conexão autêntica com os espectadores interessados em aprender novas práticas artesanais.

Além disso, meu interesse pelo artesanato e pela técnica do macramê que aprendi na adolescência e resgatei durante o período da pandemia da COVID-19. Segundo o Portal Terra, o macramê foi uma das técnicas mais procuradas online durante o isolamento social, com um aumento de 400% nas pesquisas relacionadas ao artesanato no mesmo período do ano anterior. O interesse renovado pelo macramê durante esse período evidencia não apenas um aumento no desejo por atividades manuais, mas também destaca a importância do artesanato como uma prática terapêutica, capaz de oferecer uma pausa ou desaceleração na rotina e um senso de realização ao criar algo manualmente.

Diante do cenário exposto e as observações pontuadas, o propósito e a relevância deste trabalho é fazer uso do design gráfico e instrucional para se desenvolver uma série audiovisual com caráter didático nas redes sociais, a fim de ampliar horizontes de uma marca de macramê no cenário do artesanato paraibano, fomentando e explorando o cenário local como potências da economia criativa, além de estudar mídias audiovisuais, as redes sociais e compreender suas dinâmicas de criação de conteúdo.

2. DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

2.1 MACRAMÊ

2.1.1 A Origem das Manifestações Têxteis

A história da utilização de fibras animais ou vegetais, de acordo com Cirillo (2019, p.7), “é tão antiga quanto a própria civilização humana”. Acredita-se que o surgimento das primeiras manifestações têxteis no mundo ocorreram no período neolítico, quando a necessidade do ser humano de solucionar problemas cotidianos alinhada com a criatividade e as transformações da época ocasionaram no primeiro utensílio têxtil: um cesto rudimentar de folhas e fibras vegetais entrelaçadas com a finalidade de transportar algo grande demais para ser carregado apenas com as mãos. A carência destes artefatos promoveu o aprimoramento dessa técnica que se tornaria, posteriormente, uma manifestação da cultura milenar: a tecelagem.

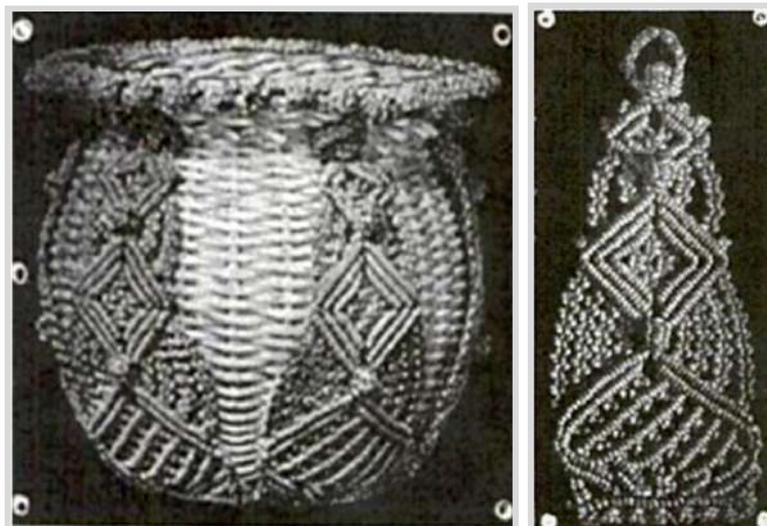
Com o passar do tempo, o entrelaçamento de fios e fibras para criar tramas se expandiu para diversas áreas e finalidades, como vestimentas, tapeçarias, redes, entre outras, tornando-se mais sofisticado e complexo. Fibras animais, semelhantes à lã, e fibras vegetais, como algodão, linho, cânhamo, juta e sisal, passaram a ser amplamente utilizadas. Esse desenvolvimento incluiu a criação de técnicas como o macramê e o entrelaçamento de fios, que desempenharam um papel crucial na evolução da tecelagem, no aprimoramento das habilidades manuais e na criação de novas técnicas, como o tricô e o crochê (Cirillo, 2019).

2.1.2 A História Dessa Arte

Sabe-se que o Macramê é uma arte milenar oriunda da tecelagem que consiste na técnica de atar fios utilizando apenas as mãos, com vários tipos de nós e de diversos materiais e espessuras distintas. Segundo Campos e Garcia (2012) a origem da palavra Macramê - Migramah, é turca e significa “trama com franjas”, esse nome se deu, provavelmente, pelos muitos trabalhos com franjas e adornos em toalhas produzidas pelos tecelões turcos do século XIII d.C.

Embora essa técnica tenha sido originada oficialmente na região da atual Turquia, estudos apontam que o Macramê já era utilizado na Mesopotâmia, China e Egito por volta do ano 3.000 a.C. A técnica, no entanto, obteve notoriedade durante o auge do Império Bizantino bem como nos reinos árabes medievais. A peça mais antiga de Macramê é um barrado assírio, uma espécie de toalha, feita de couro, cipó e vime, datada em 2000 a.C. e encontra-se atualmente no Museu Britânico.

Figura 02 e 03- Cesto de vime com aplicações em macramê e detalhes ao lado.



Disponível em (http://www.dezenovevinte.net/arte%20decorativa/aa_macrame.htm) Acesso em: 20 mai. de 2023.

A propagação dessa técnica se deu pelos navegantes, em especial os marinheiros árabes, que, no tempo ocioso durante as suas grandes viagens marítimas, exerceram e evoluíram a prática de amarrações com as cordas dos navios e descobriram novos tipos de nós e entrelaçamentos.

Figura 04 - Marinheiros trabalhando com aprimoramento de nós.



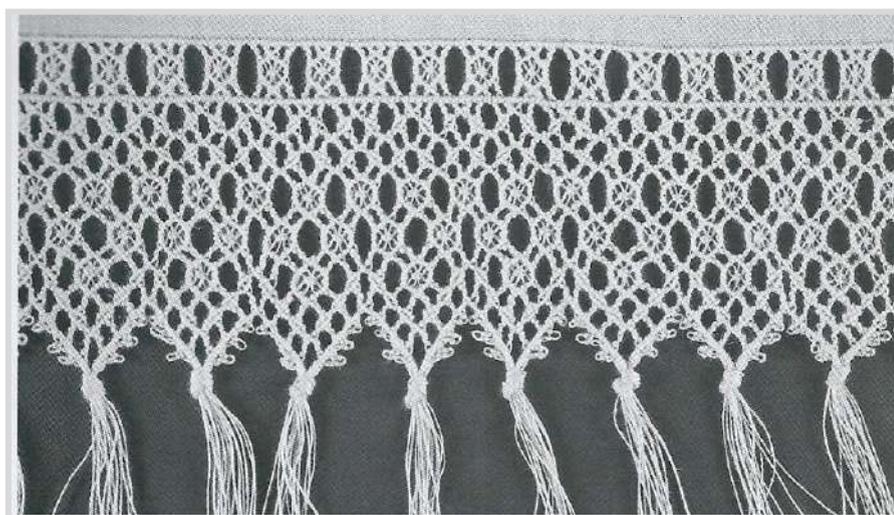
Disponível em
(<https://www.domestika.org/pt/8680-historia-do-macrame-de-teceloes-arabes-a-moda-coachella>)
Acesso em: 29 fev. de 2024

Essa evolução resultou na produção tanto de ferramentas de trabalho, tais como redes de pesca entrelaçadas, cordas retorcidas para âncoras e anzóis, quanto produtos com outras utilidades, com os fios mais finos disponíveis a bordo, como toalhas com franjas, cintos, bolsas e redes, estes por sua vez, além de uso pessoal também eram utilizados como moeda de troca nas cidades portuárias por onde passavam. Posteriormente essa prática demandou uma produção em larga escala a

bordo dos navios bem como se difundiu, sendo transmitida às mulheres dos navegantes que ficavam em terra, e se tornando valorosa para o comércio e cultura das cidades locais.

Os primeiros europeus a inteirar-se dessa arte foram os portugueses e espanhóis, ensinados pelos mouros que haviam conquistado a Península Ibérica no século VIII d.C. Daí em diante o Macramê é apresentado aos demais povos da Europa como os franceses e italianos durante as Cruzadas. Em Gênova, no século XVI, o Macramê se tornou uma especialidade com padrões característicos, geométricos e com a peculiaridade de utilizar fios com menos espessura ao invés de barbantes e cordões.

Figura 05 - Barrado de toalha de mesa italiano.



Disponível em (<https://www.merlettoitaliano.it/il-macrame.html>) Acesso em: 10 jul. de 2024

Já na Portugal medieval, a técnica passou a ter outros nomes, cognominados “brolha” ou “amarradinho” e o tecido era desfiado com o intuito de se obter franjas mais volumosas. (Campos e Garcia, 2012)

Os povos britânicos, por conseguinte, conheceram e progrediram com a técnica dos entrelaçados e nós, tornando-se popular e valorosa no Reino Unido por volta do século XIX, quando o estilo da época favoreceu a sensualidade e o uso exacerbado de ornamentos, espartilhos, vestidos e chapéus. Além disso, começaram a surgir materiais impressos - livros e revistas, com finalidade de ser um guia tutorial sobre como trabalhar com a técnica, produção de determinadas peças e uma série de padrões específicos aplicáveis a quaisquer projetos.

Um grande exemplo é o “*Sylvia’s Book of Macrame Lace*” vendido comumente ao público feminino, donas de casa e suas filhas que mais tarde transformaram a atividade em *hobby* produzindo desde bolsas e barrados até cortinas e grandes toalhas.

Figura 06 e 07 - Bolsa de trabalho com aplicações em macramê e ao lado detalhes.

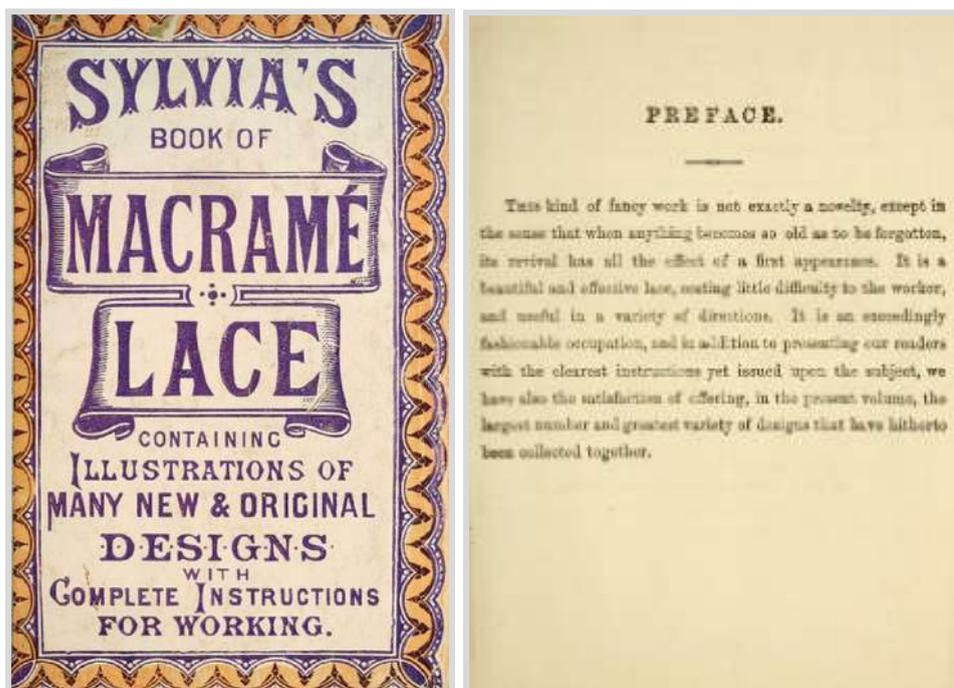


Disponível em (<https://library.si.edu/digital-library/book/sylviasbookofmac00lond>)
Acesso em: 2 out. de 2023

Publicado no ano de 1890 pela “*Ward, Lock, Bowden, and Company*” e vendendo exemplares em Londres no Reino Unido, Nova Iorque nos Estados Unidos e Melbourne na Austrália, o livro continha diversos tutoriais e imagens detalhando as peças propostas para produção. Em tradução livre do seu prefácio o livro diz:

“Esse tipo de trabalho sofisticado não é exatamente uma novidade, exceto no sentido de que, quando algo se torna tão antigo a ponto de ser esquecido, seu renascimento tem todo o efeito de uma primeira aparição. É uma renda bonita e eficaz, que custa pouca dificuldade ao trabalhador e é útil em diversas direções. É uma ocupação extremamente moderna e, além de apresentar aos nossos leitores as instruções mais claras já publicadas sobre o assunto, temos também a satisfação de oferecer, no presente volume, o maior número e a maior variedade de designs que até agora foram coletados juntos.” (Ward, Lock, Bowden and Co, 1890, p.13)

Figura 08 e 09 - Capa e prefácio do “Sylvia’s Book of Macrame”, 1890.



Disponível em (<https://library.si.edu/digital-library/book/sylviasbookofmac00lond>).
Acesso em: 2 out. de 2023

No cenário brasileiro o Macramê foi introduzido por meio dos colonizadores portugueses, que trouxeram consigo suas habilidades e técnicas já desenvolvidas em Portugal. Acredita-se que essa arte tenha chegado ao Brasil através das senhoras que se dedicavam à confecção de enxovais e vestimentas adornadas com franjas e detalhes. Inicialmente, o Macramê era uma prática reservada exclusivamente às mulheres de classe alta, sendo posteriormente transmitida pelas "sinhas" às mulheres escravizadas.

Ao longo do tempo, o Macramê passou por altos e baixos em termos de popularidade, experimentando momentos de destaque e outros de esquecimento e desvalorização. No entanto, essa forma de arte sempre encontrou meios de ressurgir. Nos anos 1970, com o surgimento do movimento *hippie*, originado nos Estados Unidos e difundido por todo o mundo, o Macramê recuperou seu status de destaque.

Figura 10 - Hippies fazendo uso de peças de macramê.



Disponível em

(<https://www.domestika.org/pt/8680-historia-do-macrame-de-teceloes-arabes-a-moda-coachella>).

Acesso em: 2 out. de 2023

Isso se deu porque o movimento *hippie* valorizava profundamente o processo artesanal e artístico na produção das peças que, em sua maioria, eram confeccionadas com fios encerados e miçangas. Essas peças incluíam não apenas acessórios como pulseiras, colares e bijuterias, mas também itens de vestuário em geral (Campos e Garcia, 2012).

Figura 11 - Popularização do macramê.



Disponível em

(<https://www.domestika.org/pt/8680-historia-do-macrame-de-teceloes-arabes-a-moda-coachella>).

Acesso em: 2 out. de 2023

2.1.3 A técnica, ferramentas e materiais utilizados

Conforme já descrito por Campos e Garcia (2012), o macramê consiste em atar fios de diversos materiais e espessuras num agrupamento e repetição de nós, formando padrões e estruturas distintas. As peças de macramê têm uma versatilidade muito grande, podendo abranger o campo de moda, vestuário e

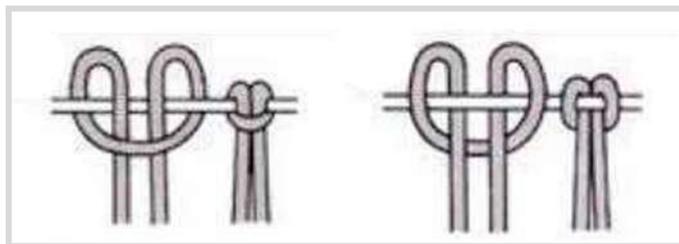
acessórios, decoração de ambientes e muito mais. Uma mesma arte e técnica com diversas funcionalidades e aplicações.

No que diz respeito à técnica, existe uma variedade de nós que compartilham um mesmo princípio, recebendo diversos nomes, que variam de acordo com o contexto local e cultural. Em uma etapa metodológica de pesquisa de vídeos didáticos sobre macramê para execução deste projeto foi possível identificar que muitos desses nós são criados e/ou descobertos por artesãos que os personalizam, atribuindo-lhes novos nomes como forma de expressar sua identidade, resultando na geração de múltiplos codinomes para um mesmo nó.

De acordo com informações publicadas no Blog do Macramê (2021), para se fazer uma peça de macramê, os 5 nós mais utilizados e de nomes popularmente conhecidos são nó de laçada, nó quadrado, nó espiral, nó festonê e nó escondido, exemplificados respectivamente a seguir:

- **Nó de Laçada** ou *nós simples*, na maioria das peças é o primeiro nó a ser feito, com finalidade de fixar o fio a alguma base de sustentação, sua técnica consiste em unir as pontas do fio que se deseja trabalhar e achar o centro do barbante, depois é preciso envolver a estrutura que deseja 'laçar' e passar o corpo do barbante por dentro dele.

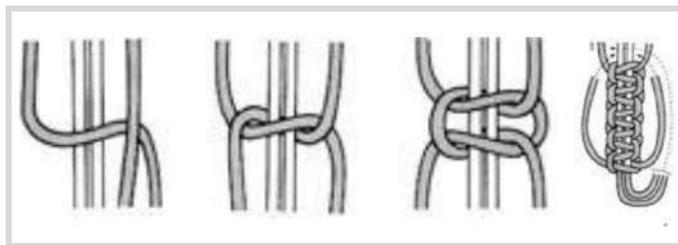
Figura 12 - Nó de Laçada.



Fonte: Pinterest | Adaptado pelo Autor, disponível em: (<https://br.pinterest.com/pin/398216792055994768/>). Acesso em: 28 set. de 2023

- **Nó Quadrado** ou *nó duplo*, é o nó mais comum, conhecido e utilizado na prática de macramê, para sua execução é necessário no mínimo dois barbantes laçados à base - quatro fios, os dois do centro servirão de corpo/apoio e os dois das extremidades serão os fios gastos em torno do apoio, estes por sua vez são entrelaçados de forma alternada para o lado direito e esquerdo, gerando o seguinte efeito visual.

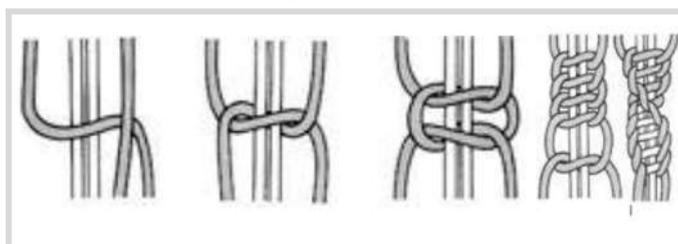
Figura 13 - Nó Quadrado.



Fonte: Pinterest | Adaptado pelo Autor, disponível em:
(<https://br.pinterest.com/pin/398216792055994768/>). Acesso em: 28 set. de 2023

- **Nó Espiral** ou **nó DNA**, é o nó variante do nó quadrado, sua execução segue o mesmo passo e princípio do seu antecessor, a mudança está na finalização do nó, ao invés do entrelaçamento de forma alternada - para o lado direito e esquerdo, no nó espiral o entrelaçamento segue sempre na mesma direção que começou o primeiro nó, gerando o seguinte efeito visual.

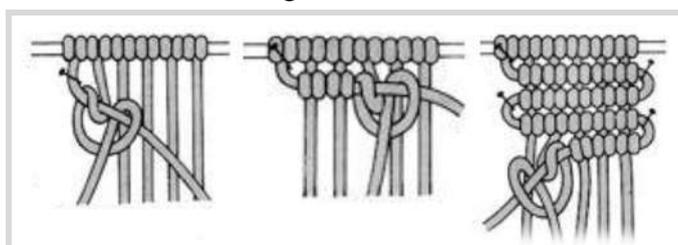
Figura 14 - Nó Espiral.



Fonte: Pinterest | Adaptado pelo Autor, disponível em:
(<https://br.pinterest.com/pin/398216792055994768/>). Acesso em: 28 set. de 2023

- **Nó Festonê** é outro ponto muito utilizado no macramê devido a sua versatilidade e liberdade para criação, para sua execução é necessário no mínimo dois barbantes laçados à base - quatro fios, um fio é usado como guia e ele é quem vai dar forma ao padrão, este fio vai tomando a forma que você mantê-lo esticado enquanto o envolve com os outros fios dando dois nós de laçada a cada fio, conforme a figura abaixo.

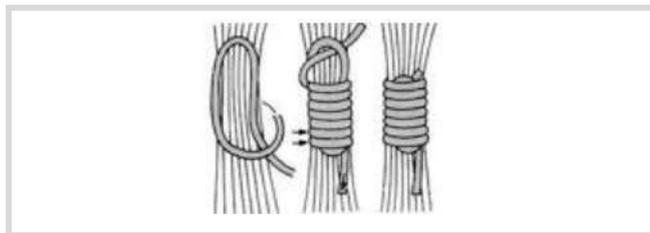
Figura 15 - Nó Festonê.



Fonte: Pinterest | Adaptado pelo Autor, disponível em:
(<https://br.pinterest.com/pin/398216792055994768/>). Acesso em: 28 set. de 2023

→ **Nó Escondido** também conhecido como *nó de acabamento* ou *nó de ligadura*, é muito utilizado como os nomes já sugere para fazer inícios ou acabamentos de peças, para sua execução é necessário no mínimo um montante de fios para se juntar de forma firme e um fio é extra usado como alça, ele é quem vai dar a volta diversas vezes envolta do montante para formar o nó, conforme a figura a seguir.

Figura 16 - Nó Escondido.



Fonte: Pinterest | Adaptado pelo Autor, disponível em: (<https://br.pinterest.com/pin/398216792055994768/>). Acesso em: 28 set. de 2023

A respeito das ferramentas necessárias para a produção, estas não envolvem uma lista extensa de equipamentos ou aparelhos de difícil acesso. Tratando-se de uma arte manual milenar, como o próprio nome já sugere, a principal ferramenta requerida são as mãos. Cuidar bem delas, hidratá-las e alongar os dedos é essencial, visto que serão submetidos a uma série de repetições e apertos de nós. Além disso, a matéria-prima principal para este artesanato são os cordões, que podem variar em espessura, textura ou tipo de fibra têxtil. Também é necessário uma âncora - suporte para apoiar o seu projeto, uma fita métrica para tirar medidas dos materiais e uma tesoura. Estas são as ferramentas básicas e fundamentais para produzir uma peça de macramê de acordo com Priscila Quaquio (2020) em seu material intitulado “Macramê sem segredo, um guia definitivo para começar do zero.”

Figura 17 - Materiais básicos de produção.



Fonte: Priscila Quaquio | Adaptado pelo Autor, disponível em: (<https://sobrenosmacrame.com.br/aprender-macrame/>). Acesso em: 03 out. de 2023

A respeito dos cordões utilizados, estes variam de fibra e espessuras e isto influencia diretamente a textura e aparência do produto final, além de impactar a elasticidade e a facilidade de manuseio durante a produção. Os projetos de macramê frequentemente utilizam cordões de algodão devido à sua versatilidade e popularidade, mas outros materiais também são muito usados, como o fio de malha, corda náutica, cordão de nylon, fio encerado e barbante 24 fios.

A espessura do fio também é fundamental. Fios finos como 1,5 mm são ideais para acessórios como colares, pulseiras e projetos delicados, enquanto espessuras maiores como 5 e 6 mm são as mais usadas em suportes de plantas e painéis de parede, por equilibrar versatilidade e resistência.

Figura 18 - Painel em macramê com fibras de algodão.



Fonte: Traça Trapos, disponível em: (<https://tracatrapos.pt/os-diferentes-fios-para-macrame/>). Acesso em: 20 ago. de 2024

Outro fator importante é verificar as especificações dos cordões em relação à resistência ao clima, desbotamento e cuidados de lavagem, especialmente quando o produto será exposto a fatores externos. Fibras naturais, como algodão, ráfia e cânhamo, são biodegradáveis e ideais para projetos de interiores, oferecendo uma estética suave e encorpada. Enquanto as fibras sintéticas, como nylon e corda náutica, são mais resistentes para uso ao ar livre, suportando melhor as variações climáticas (Traça Trapos, 2020).

No que concerne ao uso de adereços e acessórios incorporados, Quaquio (2020) diz que as possibilidades são muitas e tem como objetivo valorizar e decorar ainda mais a peça de macramê que está sendo produzida. Essa lista de acessórios é extensa e tem uma vasta tipologia de materiais: madeira, metal, plástico, acrílico, cerâmica, pedraria, etc... e são encontrados em diferentes tamanhos, que devem ser escolhidos de acordo com a proporção do cordão e do projeto final.

Figura 19 - Materiais e acessórios para produção.



Fonte: Magazine Luiza, disponível em: (<https://m.magazineluiza.com.br/macrame-kit-completo-de-materiais-para-producao-fibra-estudio-macrame>) Acesso em: 20 ago. de 2024

As argolas, por exemplo, são acessórios versáteis e geralmente usadas em suportes para plantas, as de madeira tem mais familiaridade com a técnica artesanal porém, são falhas no quesito resistência, as de metal por sua vez são mais utilizadas para suprir essa necessidade. Os bastidores são versáteis, adequados para filtros dos sonhos e painéis, podendo ser adaptados para cúpulas de abajur. Já as contas de madeira podem ser usadas entre nós ou nas pontas das franjas, conforme a criatividade, desde que tenham buracos suficientemente grandes para atravessar o cordão (Quaquo, 2021).

Figura 20 - Painel e Abajur feitos com bastidor.



Fonte: Do Autor.

Varões, varetas e galhos naturais são comuns como base para peças de parede e cortinas, é importante levar em consideração a proporção e o diâmetro desses itens no momento de planejamento de uma peça. Os galhos naturais, por sua vez, requerem cuidados específicos, como a limpeza com água sanitária para remover resíduos, lixamento e envernizamento com materiais adequados, para garantir uma maior durabilidade (Quaquio, 2021).

Os mosquetões e ganchos são alternativas interessantes para produção de peças menores como chaveiros e a incorporação em peças maiores com as alças de uma bolsa. Esses itens, quando produzidos criativamente, podem reaproveitar sobras de barbantes e transformar resíduos em produtos úteis e comercializáveis.

Figura 21 - Chaveiros em mosquetões.



Fonte: Pinterest, disponível em:
(<https://br.pinterest.com/pin/709950328743501300/>). Acesso em: 20 ago. de 2024

Para a finalização e acabamento, a cola universal ou de artesanato é uma excelente aliada. Ela proporciona colagem instantânea, é transparente e de fácil manuseio, sendo encontrada em lojas de artesanato. Ferramentas como pentes finos e abridores de casas também são úteis para desfilar as extremidades dos fios, criando franjas e tasséis (Quaquio, 2021).

2.2 UM PANORAMA SOBRE REDES SOCIAIS E SEUS CONTEÚDOS

Com o avanço tecnológico e a expansão da internet, a integração de novas tecnologias e dispositivos digitais estão cada vez mais presentes, e, assim, a incorporação das redes sociais para além da vida social cotidiana já é uma realidade. De acordo com Torres (2019, p.44) em seu livro "A Bíblia do Marketing Digital," a internet é descrita como "uma rede de milhões de pessoas, de todas as classes sociais, que buscam informações, diversão e relacionamento e que comandam, interagem e interferem em toda e qualquer atividade ligada a sociedade e aos negócios."

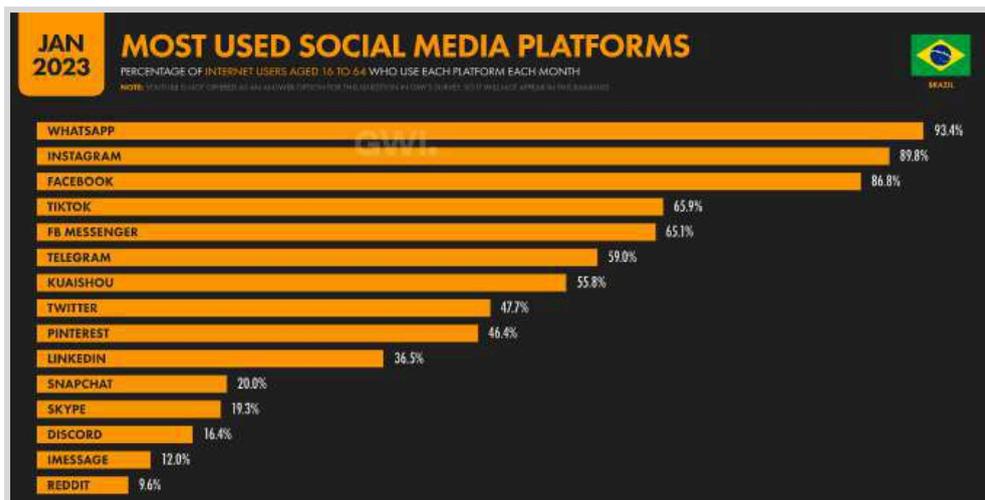
Dessa forma, as redes sociais já não se configuram como plataformas dedicadas somente a comunicação interpessoal entre indivíduos. As empresas, empreendedores, criadores de conteúdo e personalidades da internet têm reconhecido a importância de se inserir nesse contexto em constante evolução, bem como ir se adequando a essas atualizações para que possa evitar a obsolescência.

Nesse cenário volátil, as mídias sociais desempenham um papel significativo como instrumento de publicidade e uma ponte de comunicação entre as empresas e clientes, organizações e seus públicos-alvos. Além da funcionalidade de comunicação, as redes sociais também têm se tornado eficazes para obter determinadas informações a respeito de um assunto, adquirir habilidades e conhecimentos de forma alternativa através das dinâmicas de criação de conteúdo que as plataformas dispõem (Maia, 2021).

De acordo com o relatório *Digital Global Overview Report (2023)*, o número de usuários com acesso à internet no Brasil atingiu cerca de 181,8 milhões em janeiro do mesmo ano, representando um aumento de 7,1 milhões (+4,1%) entre 2022 e 2023. No que diz respeito ao uso de redes sociais, o Brasil contava com 152,4 milhões de usuários. É importante salientar que os usuários de redes sociais podem não representar indivíduos únicos, existem perfis que representam organizações, equipes, empresas, etc...

De forma mais ampla, 83,8% da base total de usuários da Internet no Brasil – independentemente da idade – usaram pelo menos uma plataforma de mídia social em janeiro de 2023. Na figura 15 é possível observar o ranking de plataformas de mídias sociais e comunicação com maior uso e interação no Brasil em janeiro de 2023.

Figura 22 - Plataformas mais usadas nas redes sociais.



Fonte: Digital Global Overview Report | Adaptado pelo Autor, disponível em:

(<https://indd.adobe.com/embed/f0e4e76b-14a0-4a08-8d00-c0ffdae6ef32>). Acesso em: 28 set. de 2023

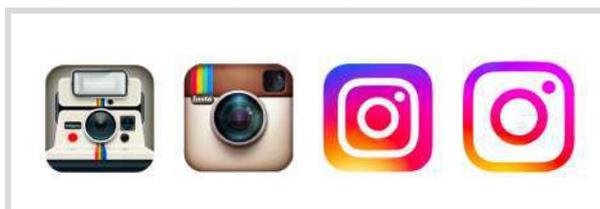
De acordo com este ranking, a plataforma na qual o material audiovisual deste projeto será publicado é a segunda mais utilizada do Brasil. Números publicados pelo portal Neil Patel (2023), coletados nas ferramentas de publicidade da Meta¹, indicam que o Instagram tinha 113,5 milhões de usuários no Brasil no início de 2023.

2.2.1 Instagram, história e evolução da plataforma.

Desenvolvido pelo empresário norte-americano Kevin Systrom e o engenheiro de software brasileiro Mike Krieger, no início de 2010 nos Estados Unidos, o Instagram, originalmente chamado de “Burn”, tinha seu propósito diferente do que vemos hoje. A plataforma visava proporcionar aos usuários serviços de check-in com geolocalização, chat e compartilhamento de fotos, mas devido à complexidade de usabilidade o aplicativo não foi bem aceito pelo público. Em julho do mesmo ano os criadores reinventaram a plataforma com o nome Instagram, o termo deriva da junção de duas palavras em inglês “*instant*” que significa instantâneo e “*telegram*” em tradução livre, telegrama. Um aplicativo disponível inicialmente apenas para iOS – sistema operacional restrito aos usuários de *iPhone* –, que tinha como motivação a busca por simplificar e agilizar a forma como as pessoas compartilhavam os momentos de suas vidas online (Lima, 2017).

¹ Meta Platforms, Inc. é um conglomerado estadunidense de tecnologia e mídia social, controladora do Facebook e outros produtos relacionados, como Instagram e WhatsApp.

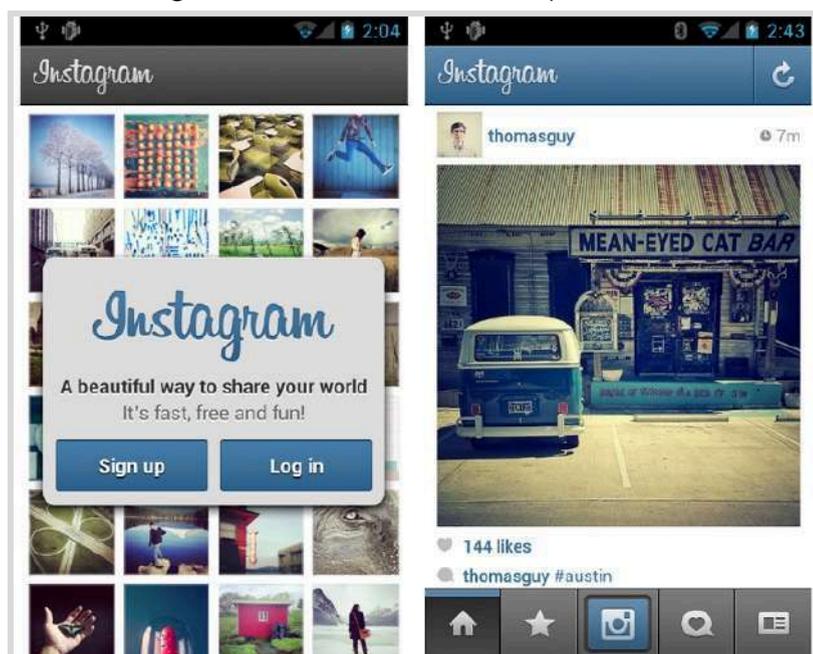
Figura 23 - Evolução do logotipo do Instagram.



Fonte: TecnoBlog | Adaptado pelo Autor, disponível em: (<https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/>). Acesso em: 03 out. de 2023

Em um período onde as redes sociais existentes tinham uma dinâmica de criação de conteúdo mais textual, como Blogs, Facebook, Tumblr e Twitter, a nova plataforma tinha como objetivo suprir a lacuna visual, proporcionando aos usuários uma maneira rápida e fácil de capturar fotos diretamente do aplicativo, adicionar filtros e compartilhar imagens entre seus seguidores (Investnews, 2023).

Figura 24 - Interfaces iniciais da plataforma.



Fonte: TecnoBlog | Adaptado pelo Autor, disponível em: (<https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/>). Acesso em: 03 out. de 2023

Conforme brevemente descrito anteriormente, as funcionalidades iniciais do Instagram consistiam em ações como: tirar fotos instantâneas com a câmera do dispositivo integrada ao aplicativo, aplicar filtros de cor, adicionar legendas e *hashtags*² à sua foto para então publicá-la no seu perfil e conseqüentemente aparecer no feed de notícias³ dos seus amigos/seguidores. As funções disponíveis a

² Hashtag é um termo associado a assuntos ou discussões que se deseja indexar em redes sociais, inserindo o símbolo da cerquilha (#) antes da palavra, frase ou expressão.

³ Feed é um fluxo de conteúdo que você pode percorrer. O conteúdo é mostrado em blocos de aparência semelhante que se repetem um após o outro.

partir desta ação são as interações com seus seguidores através de curtidas, comentários, reações e mensagens diretas. Outro fator importante para o impulsionamento desta plataforma, segundo publicação de Ana Marques no site *Tecnoblog*, foi a fácil integração de compartilhamento com outras plataformas, podendo republicar sua foto em outras redes como o Twitter e o Facebook sem sair do aplicativo, bastando autorizar e conectar suas redes na conta do Instagram.

O aplicativo permaneceu por dois anos sem grandes avanços tecnológicos ou atualizações de funcionalidades, mas crescendo exponencialmente como uma nova promessa de interação social entre usuários online, tanto que, de acordo com matéria do G1, o aplicativo chegou ao marco de 1 milhão de usuários em apenas três meses no mercado. Em 2011 a plataforma se consolidou ao ser considerada “Aplicativo do Ano” pela Apple e ficar entre os mais baixados da Apple Store, sua loja de aplicativos.

Foi no entanto, a partir de 2012 que o Instagram passou por significativas mudanças, tanto no que diz respeito às suas funcionalidades, atualizadas para acompanhar a modernidade e acessibilidade das redes, como também quanto à sua gestão, que passou a ser gerenciada por um novo time. No ano em questão o aplicativo se expande e ganha uma versão para Android, começa a abranger formatos de vídeo de até 15 segundos para serem incorporados ao feed de notícias e inclui a aba “explorar” no aplicativo, proporcionando aos usuários uma forma de descobrir novos conteúdos sem precisar seguir os perfis, além disso, a plataforma é comprada pelo Facebook naquele mesmo ano por cerca de US\$ 1 bilhão de dólares (G1, 2012).

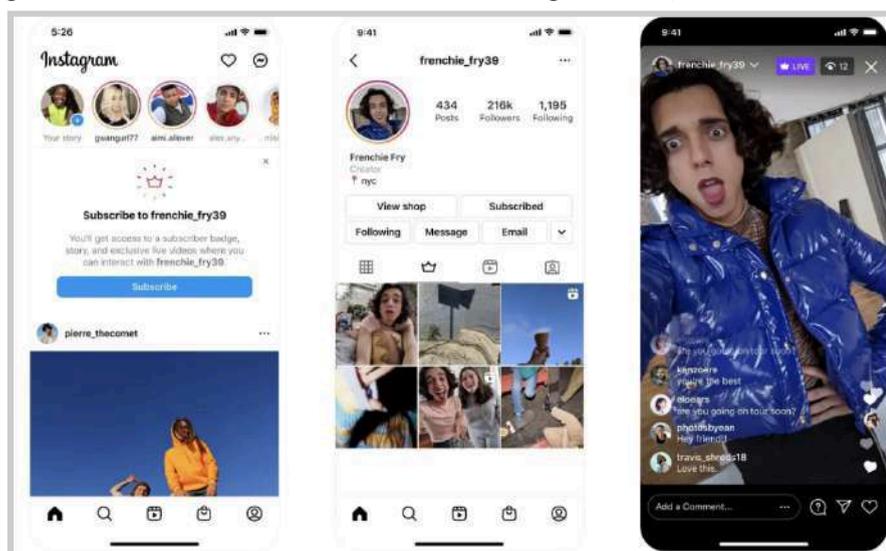
Nos três anos seguintes, a plataforma seguiu o padrão sem grandes atualizações, exceto pela inclusão do Direct, um chat próprio do aplicativo, e pelo lançamento de novos aplicativos para compor a família Instagram: *Hyperlapse*, *Layout* e *Boomerang*, os quais traziam novos recursos para complementar a edição e personalização de fotos e vídeos a serem publicados na rede social.

Até 2016, o Instagram era reconhecido por seu layout em azul e branco, acompanhado por um ícone de aplicativo que lembrava uma câmera polaroid, no entanto, neste ano, a plataforma passou por um redesign completo. O icônico ícone da câmera foi redesenhado com contornos brancos em um fundo degradê com tons de laranja, roxo, amarelo e rosa, mudando também os ícones dos outros aplicativos da família. Além disso, mudanças internas foram implementadas, incluindo uma barra de navegação mais simples em preto e branco, mantendo uma estética limpa e moderna, um padrão que tem sido mantido e refinado desde então.

Em 2016, além do grande redesign da marca, a rede social atravessou grandes mudanças e atualizações que foram imprescindíveis para manter seu

sucesso, incluindo a introdução dos *Stories*, uma função semelhante ao principal recurso do concorrente da época, o SnapChat⁴. Este recurso introduziu na plataforma os vídeos curtos e temporários, com até 15 segundos de duração, que desapareciam após 24 horas, oferecendo aos usuários uma abordagem mais efêmera e dinâmica para compartilhar conteúdo. Além disso, o Instagram lançou um novo recurso em novembro do mesmo ano: a transmissão ao vivo. Essa funcionalidade surge em resposta à crescente demanda por conteúdos em tempo real nas redes sociais, permitindo compartilhar momentos e informações instantaneamente (Plugar Ideias, 2023).

Figura 25 - Interface atualizada com novo design e inserção dos stories e live.



Fonte: Olhar Digital | Adaptado pelo Autor, disponível em: (<https://olhardigital.com.br/tag/instagram/page/27/>). Acesso em: 03 out. de 2023

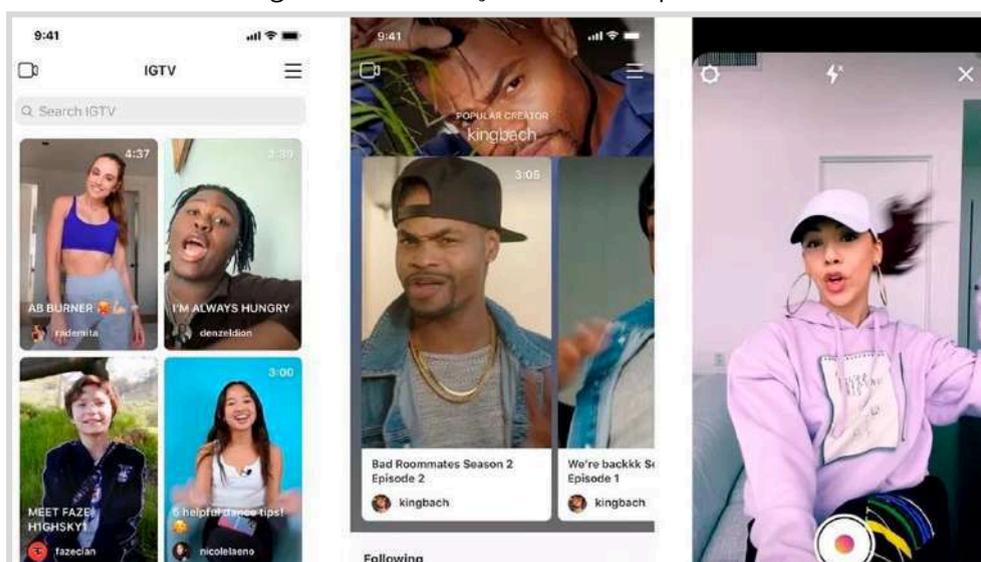
No mês de fevereiro de 2017, a plataforma permitiu a criação de álbuns dentro de uma única postagem, possibilitando o compartilhamento de até 10 fotos ou vídeos de uma só vez, que viabilizou a criação de narrativas mais elaboradas e sequenciais, compilando diversos momentos em uma única publicação.

A plataforma já vinha dando sinais e introduzindo ferramentas que reforçavam a valorização e ascensão dos formatos audiovisuais dentro das prioridades da rede social, se estabelecendo uma plataforma que se tornaria parte essencial da cultura digital brasileira, passando de um aplicativo de compartilhamento de fotos a um dos maiores pilares das redes sociais e do marketing digital no mundo (Uai, 2023).

⁴ Snapchat é um aplicativo de mensagens multimídia desenvolvido pela Snap Inc., originalmente Snapchat Inc.. Um dos principais recursos do Snapchat é que as imagens e mensagens, geralmente ficam disponíveis por um curto período de tempo, antes de se tornarem inacessíveis para seus destinatários.

O ano de 2018 foi marcado por diversas mudanças relevantes, além de atingir a marca de 1 bilhão de usuários, a plataforma anuncia nos primeiros meses do ano o IGTV, um recurso para assistir vídeos longos e verticais, pensando em como o usuário utiliza o smartphone, os vídeos preenchem a tela inteira do dispositivos e podiam ter até uma hora de duração. O *Instagram Shopping* é adicionado em junho, mais um recurso para monetização da rede, destinada a incluir possibilidade de comércio dentro da plataforma e permitindo o usuário criar um catálogo de produtos e publicá-los no feed, adicionar link direto nos posts com tags e valores. O recurso deu espaço para marcas e grandes empresas se fazerem presente no cotidiano da rede social e se preocuparem em criar conteúdo criativo para se conectar com os usuários e potenciais consumidores. (O Povo, 2020).

Figura 26 - Introdução do IGTV na plataforma.



Fonte: GKPB | Adaptado pelo Autor, disponível em:

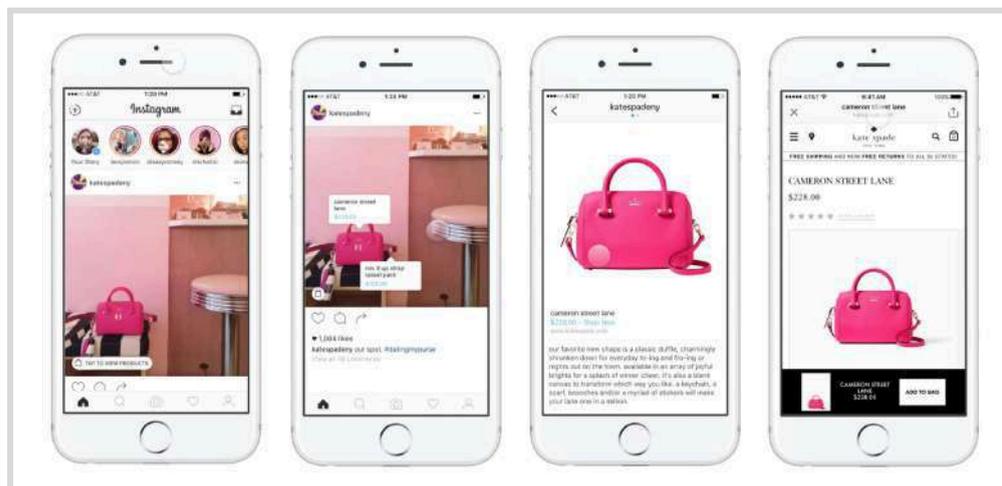
(<https://gkpb.com.br/46301/instagram-igtv-novo-visual/>). Acesso em: 02 abr. de 2024

O IGTV passou por reformulações em 2019, permitindo a inclusão de vídeos horizontais e a possibilidade de salvar uma transmissão ao vivo e publicá-la no IGTV, contudo o recurso não obteve o sucesso esperado pelos desenvolvedores e foi descontinuado no fim do ano. Entretanto, o site americano *The Verge*, e muitos outros portais noticiaram que essas mudanças e o IGTV vieram para tornar o Instagram o “futuro do vídeo” e uma nova promessa na era do marketing digital.

Já o “*Shopping*” ganhou notoriedade pelos perfis de empresas e pequenos empreendedores, que já divulgavam seus serviços de forma alternativa na plataforma, o sucesso desse recurso rendeu ao “*Shopping*” um ícone de fácil acesso na barra de menu do aplicativo. Além disso, as marcas começaram a realizar anúncios pagos para o conteúdo ser disseminado na rede social, como também

optado por investir em *publiposts*, que são postagens patrocinadas por celebridades ou influenciadores digitais, uma forma de promover seus produtos ou serviços. Essa estratégia proporciona às empresas um custo mais baixo em comparação com a produção de comerciais para TV ou anúncios em jornais, além de oferecer a vantagem de alcançar um público altamente segmentado (Tripé Criação, 2022).

Figura 27 - Introdução da ferramenta Shopping na plataforma.



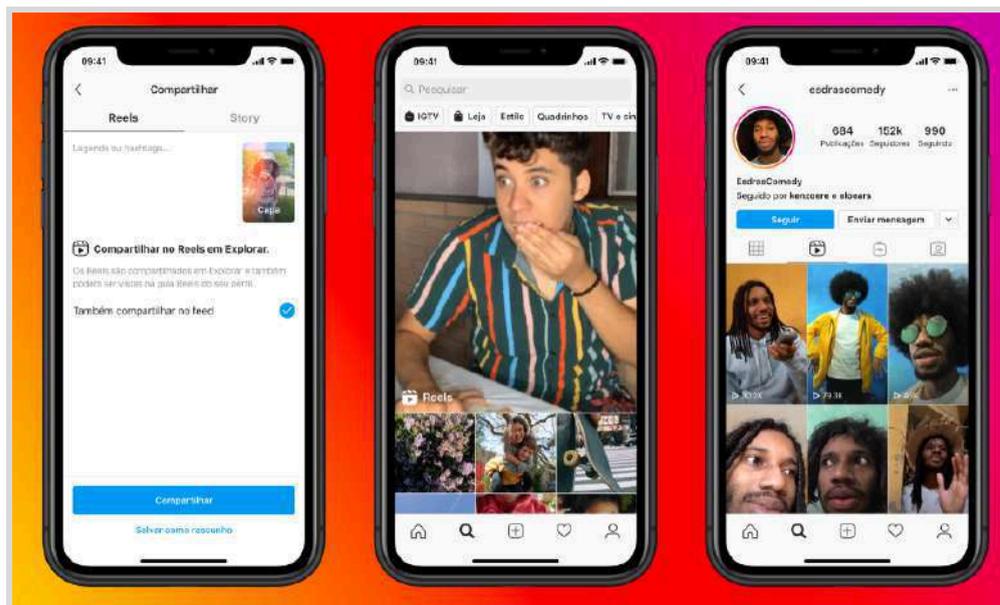
Fonte: Allure, disponível em:

(<https://www.allure.com/story/instagram-shop-now-feature/>). Acesso em: 02 abr. de 2024

Em 2020 a plataforma introduz o que seria seu maior sucesso até os dias atuais: o Reels, a ferramenta veio para concorrer com o TikTok, a plataforma de vídeos curtos que estava em ascensão naquele mesmo ano. Seu formato de vídeos se assemelha ao IGTV, porém agora permitindo gravar, editar várias cenas de até 1 minuto, adicionar músicas, efeitos visuais e mais artifícios criativos dentro da ferramenta. Essa funcionalidade nasce em resposta às necessidades dos usuários que buscavam cada vez mais conteúdos práticos, leves, atrativos e objetivos para assistir no ritmo acelerado do cotidiano.

Em nota no blog da plataforma, os desenvolvedores dizem que: “Os reels oferecem a qualquer pessoa a chance de se tornar um criador de conteúdo no Instagram e alcançar novos públicos em uma plataforma global.” (Instagram, 2020)

Figura 28 - Introdução do Reels.



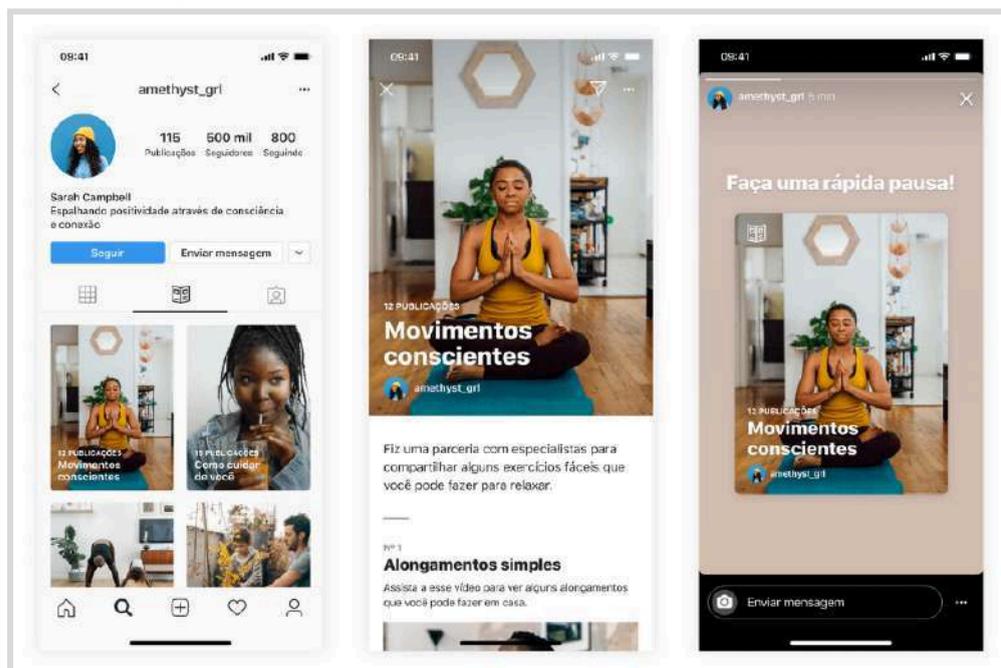
Fonte: Instagram, disponível em:

(<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>). Acesso em: 02 abr. de 2024

Neste mesmo ano o Instagram também lança os Guias, um recurso onde os usuários podem descobrir recomendações, dicas e outros conteúdos de criadores, figuras públicas, organizações e marcas. Ao explorar um Guia, os usuários podem acessar publicações e vídeos selecionados pelo criador de conteúdo, acompanhados de textos de sua autoria. Compilando informações - textos e imagens, montando uma espécie de postagem semelhante à dos blogs, caso queiram saber mais sobre uma publicação específica, basta tocar na imagem ou no vídeo para visualizar a publicação original e o perfil de seu autor na rede (Instagram, 2020).

Esse recurso surgiu em meio a pandemia de COVID-19 como uma forma de compilar e disseminar informações pertinentes para o momento, possibilitando os criadores de conteúdo desenvolver guias voltados principalmente a dicas de bem-estar, como se cuidar, manter o contato com outras pessoas ou lidar com ansiedade e luto durante a pandemia da COVID-19. Entretanto, o recurso foi descontinuado ainda em 2020, devido a baixa interatividade da ferramenta com o público.

Figura 29 - Apresentação da ferramenta Guias na plataforma.



Fonte: Instagram, disponível em:

(<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/supporting-well-being-with-instagram-guides>). Acesso em: 02 abr. de 2024

A partir de 2021, o Instagram passou a oferecer mais detalhes sobre o funcionamento de seu algoritmo, destacando a necessidade de classificar as publicações de acordo com a relevância percebida pelos usuários. A mudança no feed, que inicialmente era cronológico, foi uma resposta ao crescimento exponencial da plataforma, que dificultava que os usuários visualizassem todo o conteúdo compartilhado, especialmente publicações de amigos próximos. Com isso, cada área do Instagram - Feed, Explorar, Reels - passou a ter seu próprio algoritmo, adaptado ao comportamento dos usuários ao interagir com cada recurso (Instagram, 2021).

Em 2022, a plataforma introduziu as "Notas", um novo formato de interação focado em mensagens curtas, de até 60 caracteres, que aparecem na parte superior da caixa de entrada dos seguidores por 24 horas. Esse recurso foi desenvolvido para permitir uma comunicação casual e espontânea, visando iniciar conversas rápidas ou compartilhar pensamentos momentâneos de maneira descomplicada.

Além disso, neste mesmo ano o Instagram passou por uma atualização visual significativa, introduzindo uma identidade renovada em sua marca, com o objetivo de criar experiências mais imersivas e inclusivas, é o que diz a matéria publicada no próprio blog da plataforma. A reformulação incluiu um novo gradiente de cores vibrantes, uma tipografia exclusiva chamada Instagram Sans, desenvolvida para refletir a história da marca, e um sistema de design focado na simplicidade e

auto expressão, buscando fortalecer a criatividade dos usuários e aprimorar a clareza visual da plataforma (Instagram, 2022).

Figura 30 - Atualização visual do Instagram.

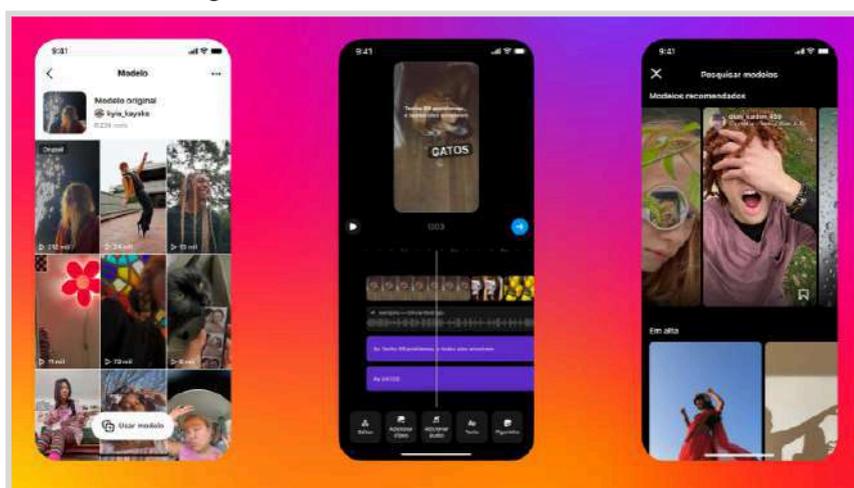


Fonte: Instagram, disponível em:

(<http://about.instagram.com/pt-br/blog/instagram-visual-refresh>). Acesso em: 24 jul. de 2024

No ano de 2023, a plataforma apresentou atualizações dos recursos disponíveis para ferramenta reels, elevando o nível da criação de conteúdo dentro da rede social. Aumentando as possibilidades de edição e personalização dos vídeos sem precisar sair do aplicativo, reafirmando o compromisso da plataforma em propiciar cada vez mais a criação de vídeos curtos e de forma prática.

Figura 31 - Melhorias na ferramenta Reels.



Fonte: Instagram, disponível em:

<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/instagram-reels-templates-updates>
. Acesso em: 24 jul. de 2024

Além de aprimorar o quadro de métricas de avaliação fornecido para cada publicação, introduzindo a métrica "Repetições" nos Reels, que engloba tanto as "Reproduções iniciais" quanto as visualizações repetidas. Além disso, novos gráficos de retenção interativos serão lançados, permitindo aos criadores acompanhar em tempo real quantas pessoas assistiram ao conteúdo em diferentes momentos (Instagram, 2023).

Ainda em 2023, a plataforma anuncia uma nova ferramenta de comunicação textual: os canais de transmissão, com intuito de fortalecer a comunicação entre criadores de conteúdo e seus seguidores, essa funcionalidade permite os criadores compartilharem atualizações em tempo real, por meio de textos, fotos, vídeos e enquetes. Diferente dos tradicionais chats em grupo, nos canais de transmissão, apenas os criadores podem enviar mensagens, enquanto os seguidores interagem reagindo ao conteúdo e participando de enquetes.

Em julho do mesmo ano, mais um aplicativo se integra à família do Instagram - O *Threads*, um aplicativo de interação textual com uma proposta semelhante ao X, antigo Twitter. Focado no compartilhamento de atualizações em texto e na participação em conversas públicas, o novo aplicativo permite que os usuários publiquem textos de até 500 caracteres, com a possibilidade de adicionar links, fotos e vídeos de até cinco minutos.

O *Threads* conquistou números impressionantes em seu lançamento, como o recorde de 10 milhões de usuários em apenas sete horas. De acordo com matéria veiculada pelo Portal da Forbes, uma pesquisa da Hibou revelou que, dos 21% dos brasileiros que se cadastraram na rede, apenas 8% ainda a utilizam regularmente. A Sensor Tower indicou que a plataforma havia perdido 82% dos usuários iniciais, restando cerca de oito milhões ativos.

Felipe Kozlowski, líder de parcerias com criadores da Meta no Brasil, reconheceu que, após o rápido crescimento inicial do *Threads*, o aplicativo enfrentou uma queda significativa no uso, devido à sua interface ainda limitada e falta de funcionalidades. Contudo, ele afirma que a equipe estaria empenhada em aprimorar a experiência para oferecer mais ferramentas que atendam às necessidades dos usuários e aumentem a retenção na plataforma (Forbes, 2023).

Até o momento, o ano de 2024 trouxe para a plataforma a inclusão do recurso de comentários visíveis nos stories, permitindo que os seguidores interajam publicamente nos stories de um usuário, promovendo um maior engajamento e fortalecendo a relação entre criadores e seguidores. Além disso, a plataforma focou principalmente em atualizações voltadas para segurança e privacidade, além de melhorias nas funcionalidades já existentes. Um exemplo disso são os aprimoramentos na criação de reels, como a introdução de um navegador de

modelos organizado em categorias, o que facilita a busca por inspiração, e também mais opções de personalização com as novas tipografias disponíveis. O processo de criação também foi simplificado com a adição automática de elementos como áudio, clipes e efeitos, permitindo aos usuários personalizar seus vídeos com poucos toques, tornando a produção de conteúdo mais intuitiva e envolvente (Instagram, 2024).

2.2.2 Demais plataformas e suas dinâmicas de criação de conteúdo

A) VINE

- **Descrição:** Lançado em 2013, o Vine foi uma plataforma de compartilhamento de vídeos curtos que permitia a criação de vídeos de até seis segundos. A simplicidade do formato incentivava a criatividade, com loops e narrativas condensadas (TechTudo, 2013).
- **Público-Alvo:** Predominantemente adolescentes e jovens adultos.
- **Formato:** Vídeos de 6 segundos, com ênfase em loops contínuos.
- **Dinâmica de Criação de Conteúdo:** Conteúdos humorísticos, criativos e virais, explorando o tempo limitado para capturar rapidamente a atenção do espectador.

B) TIKTOK

- **Descrição:** Lançado em 2016 pela ByteDance, o TikTok permite a criação e compartilhamento de vídeos curtos, inicialmente de até 60 segundos, agora podendo chegar a 3 minutos. Popularizou-se rapidamente, especialmente entre a Geração Z.
- **Público Alvo:** Principalmente adolescentes e jovens adultos, mas com crescente apelo a outras faixas etárias.
- **Formato:** Vídeos curtos de 15 a 60 segundos, com possibilidade de até 3 minutos.
- **Dinâmica de Criação de Conteúdo:** Ferramentas de edição intuitivas, cultura de desafios virais e um algoritmo que favorece a descoberta de novos conteúdos. Forte interação através de likes, comentários e compartilhamentos.

C) KAWAII

- **Descrição:** Kuaishou, conhecido internacionalmente como Kwai, é uma plataforma chinesa de vídeos curtos com forte apelo em regiões menos urbanizadas.
- **Público Alvo:** Usuários de todas as idades, com um foco especial em áreas rurais e suburbanas.
- **Formato:** Vídeos de até 60 a 120 segundos, com foco em conteúdos autênticos e casuais.
- **Dinâmica de Criação de Conteúdo:** Interface acessível, promovendo vídeos que capturam a vida cotidiana de maneira simples e direta. Encoraja a produção de conteúdo informal e de fácil consumo.

D) YOUTUBE Shorts

- **Descrição:** Lançado em 2020 como a resposta do YouTube à popularidade dos vídeos curtos, permitindo a criação de vídeos verticais de até 60 segundos (Rockcontent, 2023).
- **Público Alvo:** Jovens e criadores de conteúdo que já utilizam o YouTube e desejam explorar vídeos curtos.
- **Formato:** Vídeos verticais de até 60 segundos.
- **Dinâmica de Criação de Conteúdo:** Ferramentas de criação integradas ao YouTube, com uso de músicas populares, efeitos e filtros. O Shorts oferece uma ponte para criadores atingirem a vasta base de usuários do YouTube, facilitando o crescimento de canais e a descoberta de novos conteúdos.

E) VIMEO

- **Descrição:** Lançado em 2004, o Vimeo é voltado para criadores de conteúdo que valorizam uma experiência mais profissional e artística, sem anúncios.
- **Público Alvo:** Cineastas, videomakers e profissionais criativos.
- **Formato:** Vídeos de qualquer duração, com foco em produções mais elaboradas e conteúdo de nicho.
- **Dinâmica de Criação de Conteúdo:** Priorização de qualidade técnica e narrativa, sendo uma plataforma ideal para exibição de portfólios, curtas-metragens e projetos audiovisuais profissionais (Vimeo, 2024).

Embora estas plataformas funcionem com dinâmicas de criação de conteúdo distintas e distribuídas para públicos alvos diferentes, todas se conectam de alguma forma com base em dois pontos em comum: ou a dinâmica de vídeos curtos, ou a veiculação de vídeos com caráter instrucional.

Com exceção do Vimeo, que foca em materiais audiovisuais de longa duração, geralmente associado a vídeo aulas de cursos à distância e hospedagem de projetos audiovisuais profissionais em formatos horizontais, as demais plataformas citadas atuam com vídeos de curta duração e em formato vertical, adotado em sua grande maioria, a vídeos para dispositivos móveis. Conforme mostra a figura 22, apresentada no início deste capítulo, a maioria destas plataformas se mantém entre as 15 mais utilizadas no Brasil.

2.3 DESIGN INSTRUCIONAL

A partir do final do século XX, as novas Tecnologias de Informação e Comunicação - TICs, transformaram a maneira como as informações são produzidas e disseminadas, colaborando para novas formas da construção do conhecimento e alterando significativamente os padrões de comunicação humana.

Com o surgimento e ascensão das TICs e sua incorporação nos processos de ensino-aprendizagem, tornou-se necessário repensar as estratégias didáticas e adaptar as metodologias para melhor integrar as novas tecnologias e maximizar seu potencial educativo tanto para materiais educativos aplicados em âmbitos presenciais quanto à distância (Barreiro, 2016).

Em seu livro "Design Instrucional na Prática", Filatro (2008, p. 3) diz que, a princípio, para entendermos o design instrucional, é preciso considerar que "design é o resultado de um processo ou atividade - um produto, em termos de forma e funcionalidade, com propósitos e intenções claramente definidos." E instrução, por sua vez, "é a atividade de ensino que se utiliza da comunicação para facilitar a aprendizagem."

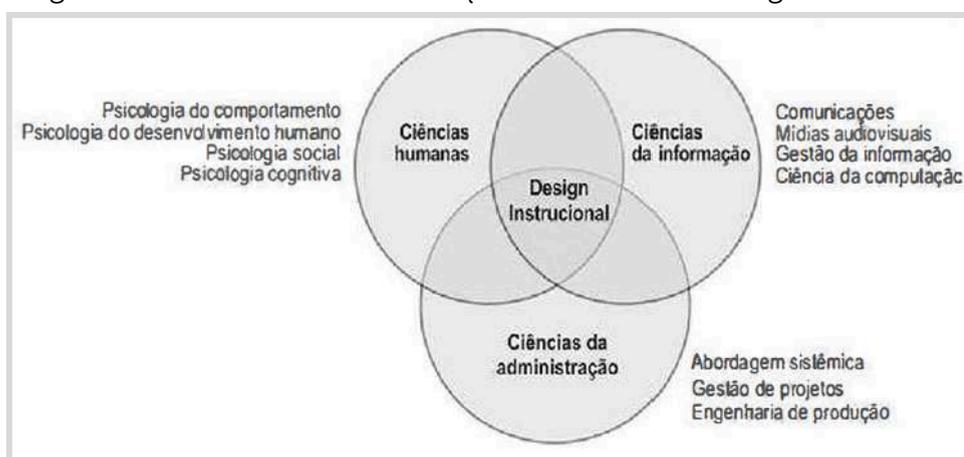
O design instrucional pode ser definido como o conjunto de atividades voltadas à formulação de ações educativas ou atividades com intuito de transmitir um conhecimento específico de forma estruturada. Assim, não é uma tarefa única, mas uma diversidade de práticas implementadas por uma equipe multidisciplinar composta por profissionais de Pedagogia, Psicologia, Design, Gestão, Computação e Comunicação, que permitem a construção de materiais educacionais qualificados que atendam às especificidades dos alunos e à orientação pedagógica de ensino (Filatro, 2008).

Batista e Menezes (2008) sugerem que o design instrucional para a educação a distância deve ser um processo criativo, semelhante ao design em geral, com o objetivo de solucionar problemas educacionais e garantir a eficiência e qualidade dos materiais educacionais desenvolvidos, otimizando o aprendizado dos alunos, enfatizando a clareza, precisão, contextualização, relevância prática, estratégias avaliativas eficazes e arquitetura da informação.

Dentre os produtos desenvolvidos por um designer instrucional, podemos citar planos de ensino, roteiros de conteúdo, mapas conceituais, ambientes de aprendizagem, roteiros para vídeos e áudios, etc... O campo de atuação do designer instrucional é muito amplo, uma vez que o processo de aprendizagem está presente em quase todas as atividades humanas. Isso abrange desde brincadeiras infantis até a certificação profissional, treinamentos, formação política, rituais religiosos e práticas esportivas (Filatro, 2008).

O design instrucional não é apenas um processo, mas também uma teoria que envolve a pesquisa e o estudo de estratégias instrucionais. Seu objetivo é desenvolver conhecimento sobre os princípios e métodos de instrução mais adequados para diferentes tipos de aprendizagem, e para isso, fundamenta-se em diversas áreas do conhecimento, Filatro (2008) as definiu como i) as ciências humanas, especialmente a psicologia do comportamento, do desenvolvimento humano, social e cognitiva; ii) as ciências da informação, que incluem comunicações, mídias audiovisuais, gestão da informação e ciência da computação; e iii) as ciências da administração, abrangendo a abordagem sistêmica, gestão de projetos e engenharia de produção, conforme vemos na figura abaixo.

Figura 32 - Áreas do conhecimento que fundamentam o Design Instrucional.



Fonte: Livro Design Instrucional na Prática, Andrea Filatro.

Existem diferentes modelos de design instrucional (DI), cada um adaptado a distintos contextos e necessidades educacionais, Filatro (2008) classifica os modelos em três categorias principais: fixo, aberto e contextualizado. O DI fixo é altamente estruturado e envolve um planejamento detalhado e antecipado de todos os componentes do curso, separando as fases de concepção e execução, é ideal para educação em massa. O DI aberto é mais flexível e adaptável, permitindo modificações de conteúdos durante a implementação do curso, com base no feedback dos alunos. Já o design instrucional contextualizado (DIC) busca equilibrar a automação do planejamento com a personalização e contextualização, utilizando ferramentas da Web 2.0 para ajustar-se às necessidades específicas do contexto educativo.

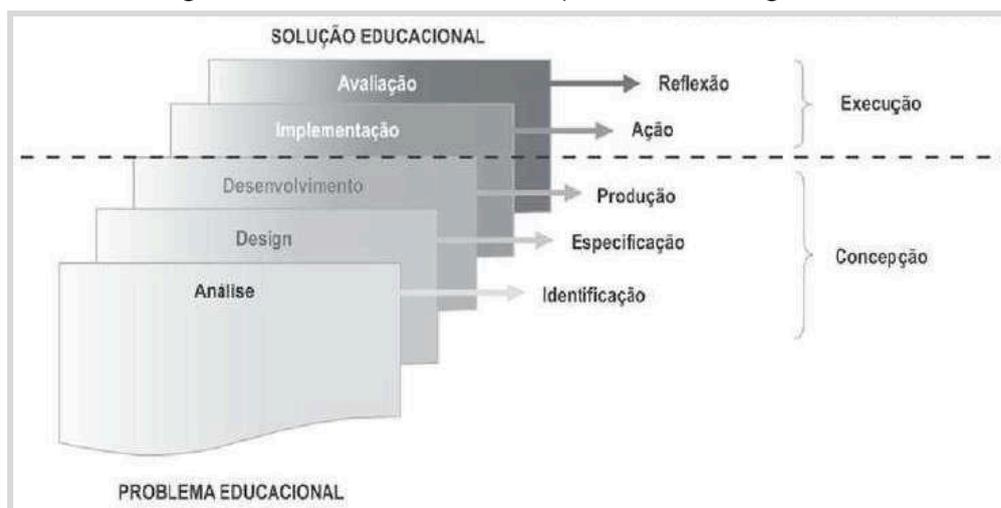
2.3.1 O processo metodológico projetual do design instrucional

A metodologia ADDIE é um modelo amplamente utilizado no campo do design instrucional para guiar o desenvolvimento de conteúdos educacionais de forma estruturada e eficiente. O acrônimo ADDIE representa as cinco fases principais do processo: Análise, Design, Desenvolvimento, Implementação e Avaliação. Cada fase é essencial para garantir que o produto final atenda às necessidades educativas e objetivos de aprendizagem (Barreiro, 2016).

O design instrucional fixo é especialmente compatível com o modelo ADDIE e se aplicando a proposta deste trabalho em questão, enfatizando a criação de produtos educacionais que são detalhadamente planejados e produzidos antes da implementação, caracterizando uma separação clara entre as fases de concepção e execução, assegurando assim a entrega de conteúdos de qualidade e de forma consistente (Barbosa Pereira, 2021).

Na fase de concepção, são definidos os objetivos de aprendizagem, o conteúdo a ser abordado, os recursos necessários e as estratégias de avaliação. Posteriormente, durante a execução, esses elementos são implementados de forma estruturada e padronizada, resultando em produtos de ensino que são eficazes e impactantes, atendendo às necessidades de espectadores e entusiastas em busca de aprender e crescer através do meio digital (Filatro e Piconez, 2008).

Figura 33 - Divisão de fases e etapas da metodologia ADDIE.



Fonte: Livro Design Instrucional na Prática, Andrea Filatro.

Na primeira fase - Analisar, como o próprio nome já sugere, é onde vai se estudar as questões necessárias para entender o contexto e como se conceber o projeto. Filatro (2008) descreve a fase de análise do design instrucional como o

momento em que o profissional busca compreender o problema educacional para projetar uma solução preliminar, coletar informações pertinentes do público alvo, suas características demográficas, interesses, habilidades e preferências.

Na fase dois - Planejar, é realizado o planejamento detalhado da situação didática, o que inclui o mapeamento e sequenciamento dos conteúdos, a definição das estratégias e atividades de aprendizagem, a seleção das mídias e ferramentas adequadas e dos recursos visuais e auditivos a serem incorporados, o resultado final da segunda fase é o escopo do projeto, pronto para a fase de construção.

Na terceira fase - Desenvolver, o escopo do projeto é destrinchado e o conteúdo planejado é produzido. Nesta fase, a criação dos materiais didáticos segue os critérios estabelecidos na fase anterior, que garantem que os vídeos sejam atraentes e envolventes, utilizando técnicas como a inclusão de gráficos, animações e exemplos práticos que ilustram o conteúdo.

A quarta fase - Implementar, é onde o material desenvolvido na fase anterior é executado e compartilhado através das plataformas previstas no planejamento para seu propósito: o contato e participação do público-alvo para a experiência de aprendizagem. É fundamental escolher as plataformas adequadas para a distribuição, levando em conta a acessibilidade e a facilidade de acesso pelos usuários.

Na fase final - Avaliar, envolve a coleta de feedback e a análise das métricas de desempenho dos vídeos na plataforma após a execução, a fim de comprovar a eficácia da metodologia e avaliar aspectos como a compreensão do conteúdo, a satisfação dos usuários e o impacto no aprendizado. A partir dessa avaliação, é possível identificar pontos fortes e áreas de melhoria, refinando os futuros materiais didáticos para melhor atender às necessidades educacionais.

Como este trabalho se concentra na identidade audiovisual e no design instrucional de um projeto extenso e complexo, o foco principal será direcionado para as fases da etapa de concepção da metodologia ADDIE - análise, planejamento e desenvolvimento da série de vídeos. As etapas de execução - implementação e avaliação - serão descritas no tópico de resultados e discussões, considerando que a implementação dos vídeos ainda estará em andamento no momento da apresentação desta pesquisa, o estudo se concentrará na avaliação do primeiro vídeo, que introduz o projeto e apresenta a história do macramê.

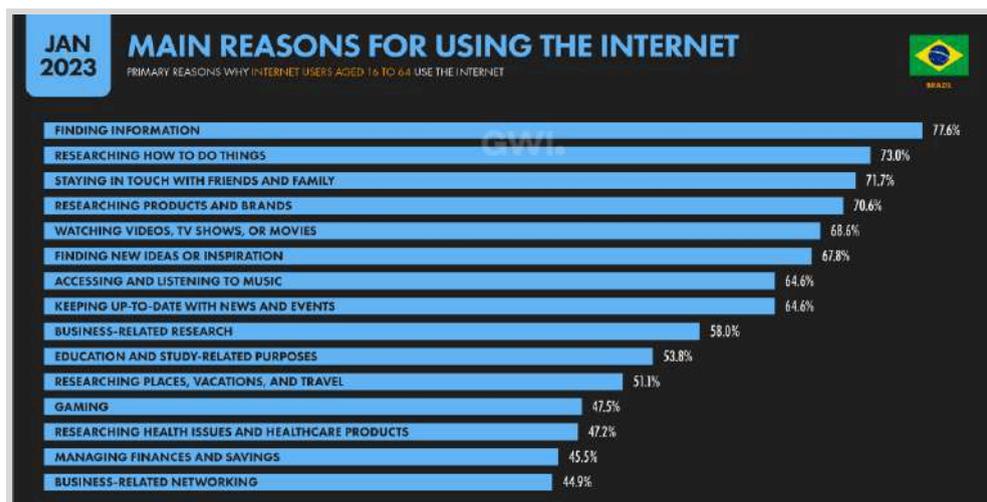
2.3.2 Design Instrucional e uso de gráficos voltado para conteúdos audiovisuais didáticos

O design instrucional aplicado a conteúdos audiovisuais permite que informações complexas sejam apresentadas de maneira clara e acessível, maximizando a experiência de aprendizagem e a retenção de conhecimento. Através de uma abordagem estruturada, o designer instrucional pode identificar os objetivos de aprendizagem, selecionar os métodos de ensino mais apropriados e desenvolver materiais que não só informam, mas também envolvem e motivam os espectadores (Filatro, 2008).

Nos últimos anos, o design instrucional tem se mostrado uma ferramenta essencial para a criação de conteúdos educativos e tutoriais nas redes sociais. Com o crescimento exponencial do consumo de mídia digital, especialmente de vídeos, a importância de planejar cuidadosamente esses materiais tornou-se evidente. Segundo o relatório Digital Global Overview Report (2023), a segunda maior razão pela qual as pessoas acessam a internet é para aprender a fazer alguma coisa.

Esse dado ressalta a relevância dos conteúdos educacionais online e, em particular, dos tutoriais em vídeo em redes sociais, que se tornaram um recurso fundamental para a disseminação de conhecimento no nosso cotidiano.

Figura 34 - Relatório de principais razões para o uso da internet no último ano.



Fonte: Digital Global Overview Report, disponível em:

(<https://indd.adobe.com/embed/f0e4e76b-14a0-4a08-8d00-c0ffdae6ef32>). Acesso em: 28 set. de 2023

Filatro (2008) sugere que quando a informação é apresentada simultaneamente em modalidades sensoriais diferentes - visual e auditiva, dois

sistemas de processamento são ativados, o que amplia a capacidade da memória de trabalho. Além do processamento sensorial, existe um outro sistema que abrange aspectos verbais - palavras escritas ou faladas, e não verbais - imagens, vídeos e sons. Essa combinação de modos de apresentação facilita a memorização, uma vez que a conexão entre sistemas verbais e não verbais promove uma recuperação mais eficiente das informações armazenadas.

Com base na teoria da aprendizagem cognitiva e aplicada ao design instrucional, Filatro (2008) destaca seis princípios do uso de multimídia no aprendizado eletrônico que oferecem uma base sólida para o desenvolvimento de conteúdos educativos com potencial, conforme listados e descritos abaixo.

Quadro 1 - Princípios do uso de multimídia no aprendizado eletrônico.

PRINCÍPIO	OBJETIVO
Princípio da Multimídia	Unificar textos e gráficos nas produções.
Princípio da Proximidade	Manter elementos de apoio ao aprendizado interligados para fácil associação.
Princípio da Coerência	Reduzir elementos irrelevantes que possam sobrecarregar ou distrair o conteúdo principal.
Princípio da Modalidade	Preferência para áudios explicativos integrados aos elementos visuais de apoio.
Princípio da Redundância	Evitar duplicidade de elementos com o mesmo propósito.
Princípio da Personalização	Linguagem visual e oral para marcar uma identidade.

Fonte: Adaptado do Livro Design Instrucional na Prática, Andrea Filatro.

O princípio da multimídia, que defende a utilização de textos e gráficos juntos, pois a combinação dessas formas de informação resulta em um aprendizado mais eficaz do que quando apresentados separadamente.

O princípio da proximidade espacial, os alunos tendem a aprender melhor quando textos e gráficos são apresentados de maneira integrada. Isso significa que posicionar textos próximos às imagens a que se referem poupa os recursos cognitivos dos alunos, que não precisam despende esforço adicional para associar essas informações (Filatro, 2008).

O princípio da coerência defende que textos, imagens ou sons irrelevantes para o objetivo de aprendizagem devem ser evitados, pois sobrecarregam a memória de trabalho e distraem o aluno. A redução de elementos não essenciais otimiza o foco no que realmente importa para o aprendizado. Já o princípio da modalidade sugere que o aprendizado é mais eficaz quando gráficos ou animações são acompanhados por narrações em áudio, em vez de texto escrito. Isso ocorre porque a memória de trabalho é dividida em subsistemas visuais e auditivos, e o uso de narrações reduz a demanda sobre o sistema visual, tornando o processamento mais eficiente (Filatro, 2008).

No princípio da redundância, Filatro (2008) explica que informações como texto escrito e sua narração em áudio não devem ser apresentadas simultaneamente se cada uma delas for compreensível de forma independente. Apresentá-las juntas pode sobrecarregar a memória de trabalho, diminuindo a eficiência do aprendizado. Contudo, esse princípio contraria algumas normas de acessibilidade, onde a narração e legenda precisam estar disponíveis para maior alcance do conteúdo.

Por fim, o princípio da personalização afirma que o uso de uma linguagem mais próxima, como construções em primeira pessoa e referências diretas ao aluno, facilita o processo de aprendizagem ao estabelecer uma comunicação mais pessoal e envolvente. Entretanto, essa informalidade deve ser aplicada sem comprometer a coerência, mantendo o foco no conteúdo essencial.

De acordo com Clark & Lyons (2011 apud Viaro, 2015) a análise dos gráficos instrucionais abrange três propriedades principais: superfície, função comunicacional e função psicológica. Esses elementos são essenciais para avaliar como os gráficos contribuem para a aprendizagem dentro de um contexto educacional, levando em consideração tanto a clareza da comunicação quanto os aspectos cognitivos envolvidos.

A superfície refere-se à aparência e à forma como o gráfico foi desenvolvido. Podendo ser estáticos, como ilustrações, fotografias e modelagens ou dinâmico, gráficos com movimento, como animações, vídeos e realidade virtual. As diferentes superfícies dos gráficos impactam no objetivo instrucional do conteúdo a ser transmitido.

No que diz respeito à função comunicacional dos gráficos, esta se relaciona com o modo como o gráfico transmite sua mensagem. Quando a diretriz aponta para a necessidade de utilizar dois ou mais gráficos representacionais, o designer instrucional deve selecionar os elementos visuais mais adequados. Esses elementos, segundo Clark & Lyons (2011 apud Viaro, 2015) ajudam a ilustrar o

conceito de maneira precisa e clara, garantindo uma representação da informação a ser transmitida.

Quadro 2 - Função comunicacional dos gráficos.

FUNÇÃO	OBJETIVO
Decorativa	Adicionar apelo estético ou humor.
Representacional	Representar objetos de forma realista.
Mnemônica	Oferecer pistas visuais para facilitar a recuperação de informações.
Organizacional	Mostrar relações qualitativas entre conteúdos.
Relacional	Apresentar relações quantitativas entre dados.
Transformacional	Ilustrar mudanças ao longo do tempo ou espaço.
Interpretativa	Explicar teorias, princípios ou relações causais.

Fonte: Adaptado de Viaro, 2015.

Já a função psicológica, conecta os gráficos aos processos cognitivos dos alunos e apoia eventos instrucionais importantes:

Quadro 3 - Função psicológica dos gráficos.

FUNÇÃO	OBJETIVO
Apoiar a Atenção	Direcionar o foco para o conteúdo principal.
Ativar ou Construir Conhecimento Prévio	Recuperar ou fornecer modelos mentais que suportem o novo conteúdo.
Minimizar Carga Cognitiva	Reduzir o esforço mental desnecessário.
Construir Modelos Mentais	Ajudar na formação de memórias na Memória de Longa Duração.
Apoiar Transferência de Aprendizagem	Promover a aplicação do conhecimento em diferentes contextos.
Apoiar Motivação	Tornar o material mais interessante sem comprometer o aprendizado.

Fonte: Adaptado de Viaro, 2015.

Em síntese, de acordo com Clark & Lyons (2011 apud Viaro, 2015), a função comunicacional de um gráfico refere-se à maneira como ele transmite o conteúdo, que pode variar desde representações realistas, apelos humorísticos ou estéticos, até diagramas que relacionam variáveis. Já a função psicológica envolve as influências que o gráfico exerce no processo instrucional, como apoiar a atenção, recuperar conhecimentos prévios ou até mesmo estimular a motivação.

3. METODOLOGIAS

3.1 Metodologia de Pesquisa

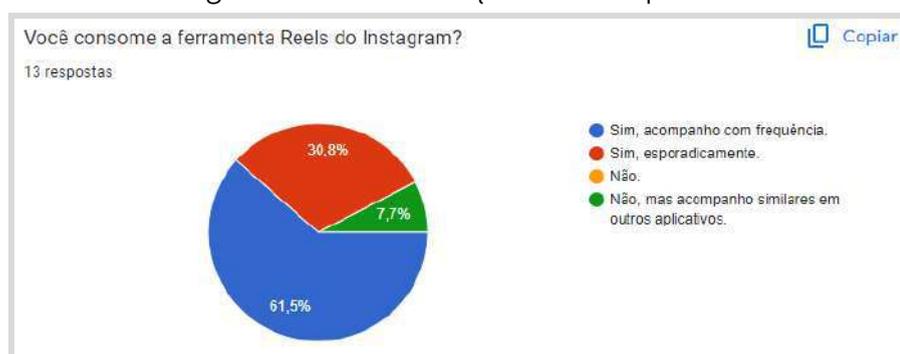
O referencial teórico deste trabalho se deu através de uma pesquisa de abordagem qualitativa, de caráter exploratório e natureza aplicada, considerando que a pesquisa qualitativa, de acordo com Godoy (1995, p. 20) “não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques.”

Dessa forma, por meio de uma vasta revisão bibliográfica em livros, trabalhos acadêmicos, artigos, periódicos digitais, sites e matérias da internet, foi feita uma busca dos principais conceitos, métodos e definições que permeiam as três maiores áreas desta pesquisa: Macramê, Design Instrucional, Redes Sociais. O conteúdo adquirido neste processo serviu além de base para desenvolvimento da fundamentação teórica como também de guia para a escolha da metodologia projetual.

Para fortalecer o processo de produção da metodologia, foi elaborado um questionário de 6 perguntas para serem respondidas após assistir uma seleção de 5 vídeos curtos sobre macramê de caráter instrucional encontrados na ferramenta Reels do Instagram. O questionário foi compartilhado de forma online com pessoas de diversas faixas etárias, variando de 18 a 49 anos, o objetivo deste questionário era analisar a ciência e preferências destas pessoas acerca de parâmetros do design instrucional para elaboração desse material didático.

De uma maneira subjetiva e minuciosa, o questionário pretendia coletar informações sobre o uso da ferramenta reels ou plataformas similares com a mesma dinâmica de vídeos curtos, além disso, quais critérios os respondentes achavam mais importantes e atraentes na hora de gravar, editar e expor esses tutoriais em vídeos curtos. Trazendo as perguntas mais pertinentes, temos:

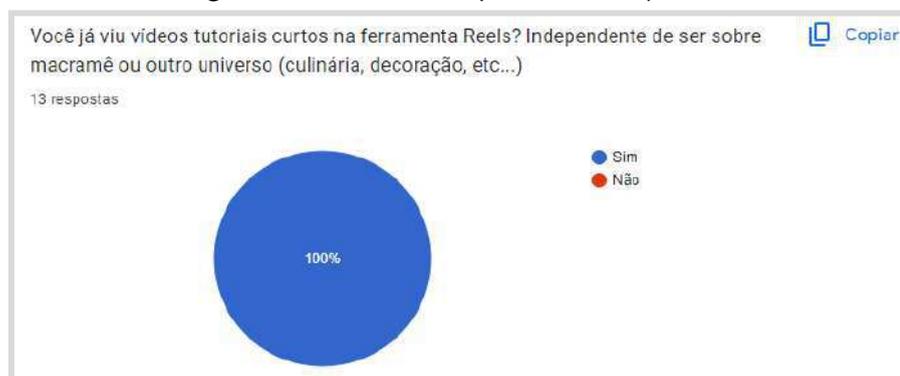
Figura 35 - Análises do questionário aplicado.



Fonte: Questionário do autor.

Todos os respondentes afirmaram conhecer e utilizar com frequência a ferramenta Reels dos Instagram ou ferramentas similares em outras plataformas. Além de já terem visto nestas ferramentas, vídeos curtos com caráter instrucional, tutoriais e materiais relacionados.

Figura 36 - Análises do questionário aplicado.



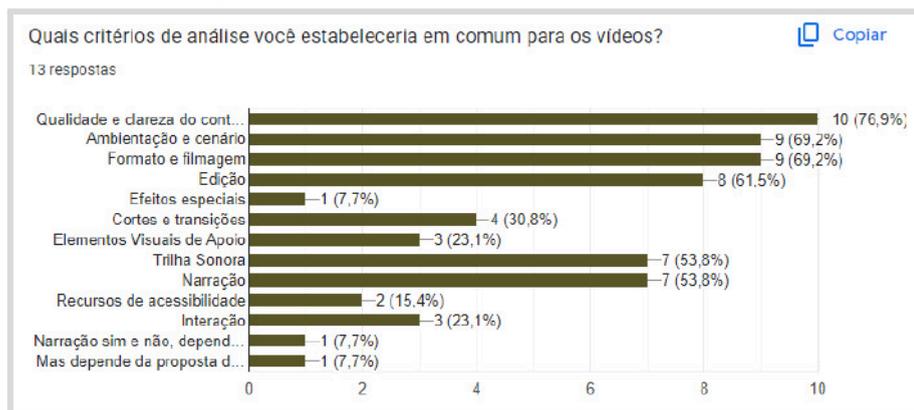
Fonte: Questionário do autor.

Quanto aos critérios de análise para construção dos vídeos, os resultados mostraram que a qualidade e clareza do conteúdo lideram a lista com 76,9% dos votos, destacando-se como o fator mais valorizado pelos participantes. Esse resultado reforça a importância de garantir que as informações transmitidas sejam precisas, compreensíveis e relevantes para o público-alvo. Logo em seguida, ambientação e cenário (69,2%), formato e filmagem (69,2%), e edição (61,5%) também foram amplamente reconhecidos como essenciais para a produção dos vídeos, mostrando a necessidade de um equilíbrio entre conteúdo visual e técnico.

Elementos como trilha sonora e efeitos especiais, com 53,8% e 30,8% dos votos, respectivamente, demonstram a relevância de recursos audiovisuais no engajamento e na construção de uma narrativa imersiva para plataformas como o Instagram Reels. Cortes e transições (30,8%) e elementos visuais de apoio (23,1%) aparecem no fim da lista de critérios mais votados para mostrar a importância de uma fluidez que facilite a compreensão dos conteúdos apresentados.

Embora "Recursos de Acessibilidade" tenha recebido apenas 15,4% dos votos, vale ressaltar que esse é um critério crucial para garantir a inclusão e o acesso a públicos diversos, especialmente em materiais educacionais. A acessibilidade, além de garantir a democratização do conhecimento, é um fator imprescindível para a construção de conteúdos que atendam a todas as pessoas. Por isso, mesmo não sendo uma prioridade expressa pelos respondentes, é um fator que não pode ser negligenciado na produção, especialmente de materiais embasados em parâmetros do design instrucional.

Figura 37 - Análises do questionário aplicado.



Fonte: Questionário do autor.

Este questionário foi uma etapa importante do projeto, permitindo entender, antes da produção, como os usuários e potenciais consumidores desse tipo de conteúdo percebem e demonstram seus interesses. Diante das respostas obtidas, foi possível identificar os critérios prioritários que devem ser considerados durante o desenvolvimento do material que este projeto se propõe a elaborar. A análise dessas respostas servirá de orientação para as decisões criativas e técnicas, assegurando que o conteúdo final esteja alinhado com as expectativas e necessidades do público-alvo. No apêndice A, encontrado ao final desse documento, pode-se ler na íntegra o questionário.

3.2 Metodologia Projetual

O modelo **ADDIE**, conforme descrito no último capítulo do referencial teórico, é um dos mais utilizados na metodologia do design instrucional, sua sigla significa: *Analyze* (analisar), *Design* (planejar), *Develop* (desenvolver), *Implement* (implementar) e *Evaluate* (avaliar). A seguir, esta metodologia será destrinchada e aplicada para se desenvolver a série de vídeos ao qual este trabalho se propõe a elaborar.

Antes de iniciar o desenvolvimento da metodologia, é necessário fazer uma contextualização sobre a marca que estará promovendo esta série de vídeos, uma vez que os vídeos serão implementados em seu perfil na plataforma Instagram.

Figura 38 - Logotipo da marca que apresentará a série de vídeos.



Fonte: Do autor.

Cheio de Nó é uma marca paraibana de artesanato em macramê, fruto da mente criativa e mãos habilidosas do designer gráfico e artesão João Neto, criada em maio de 2020. Estamos falando de uma loja de artesanato em macramê, gerida com muita calma pra ter alma, intenção e atenção aos processos do trabalho com nós.

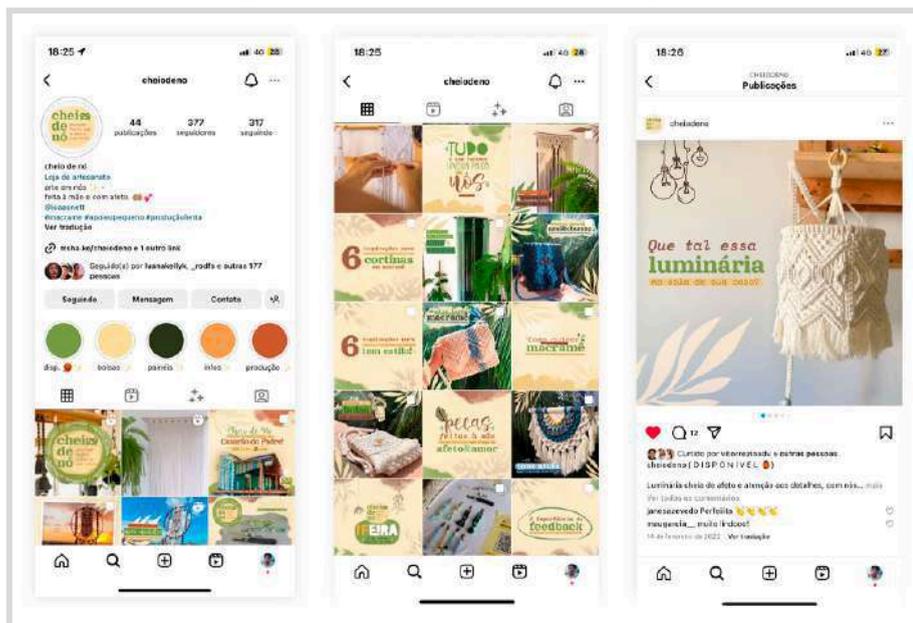
Figura 39 - Detalhes visuais da marca que apresentará a série de vídeos.



Fonte: Do autor

O nome da marca deriva da conotação de repetição de nós usado na prática do macramê, afinal, haja mãos, técnica e muita paciência para tornar o que antes era um rolo de barbante numa peça cheia de nó e beleza.

Figura 40 - Perfil da marca no Instagram.



Fonte: Instagram, adaptado pelo autor.

O perfil da marca na plataforma Instagram apresenta uma identidade visual harmoniosa, com uma paleta de cores terrosas que remete à natureza e ao conceito artesanal. A estética combina tons de verde, bege e marrom, criando um ambiente acolhedor e alinhado à proposta da marca. O feed é organizado de forma coesa, alternando entre imagens dos produtos e conteúdos informativos, como dicas e inspirações para o uso do macramê.

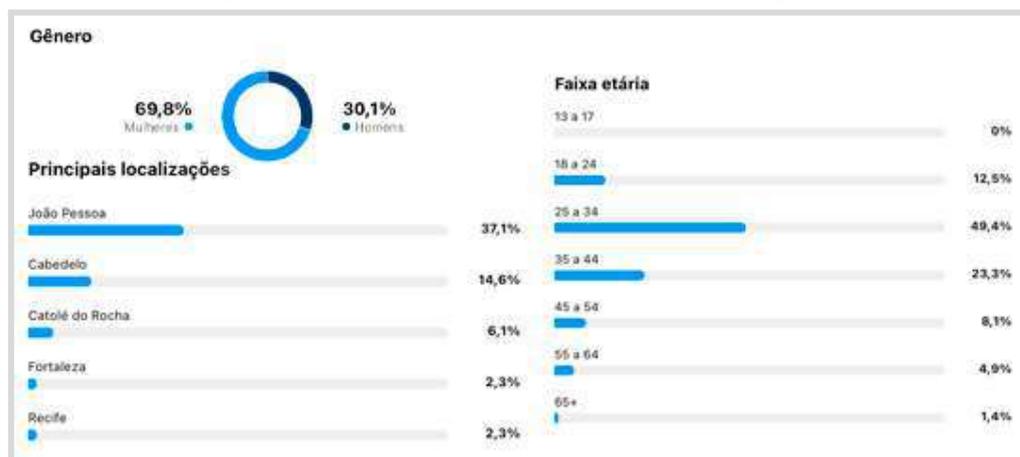
3.2.1 ANALYZE, Fase de Análise.

A fase de análise é a primeira fase da etapa de concepção do projeto, e foi dividida em duas etapas, uma focada em coletar todas as informações necessárias para entender o contexto do projeto, as necessidades e informações pertinentes ao público-alvo. A segunda, uma análise de perfis e conteúdos similares na rede a fim de estabelecer critérios para estudo e desenvolvimento do material.

→ **Definição de necessidade:** Criar materiais instrucionais eficazes para ensinar macramê usando vídeos curtos e embasados em critérios de design instrucional. Apesar de haver muitos tutoriais de macramê nas redes sociais, poucos atendem aos critérios de qualidade necessários para um aprendizado eficaz, segundo o design instrucional. O material que este projeto se propõe a fazer busca preencher essa lacuna com vídeos que sejam claros, bem estruturados e envolventes.

- **Análise de público-alvo:** Pessoas interessadas em aprender macramê, com idades entre 18 e 64 anos, predominantemente mulheres (69,8%) residentes em áreas urbanas, em grande maioria, João Pessoa, Cabedelo e Catolé do Rocha respectivamente.

Figura 41 - Métricas do perfil da marca no Instagram.



Fonte: Painel de Métricas Instagram | @cheiodeno

A análise das métricas do perfil da marca revela que 49,4% dos seguidores têm entre 25 e 34 anos. Estes, por sua vez, têm interesses em decoração, artesanato e práticas DIY (faça você mesmo) e suas habilidades variam de iniciantes a intermediários, geralmente pessoas que buscam um primeiro contato com a técnica, pois chegaram ao perfil como admiradores.

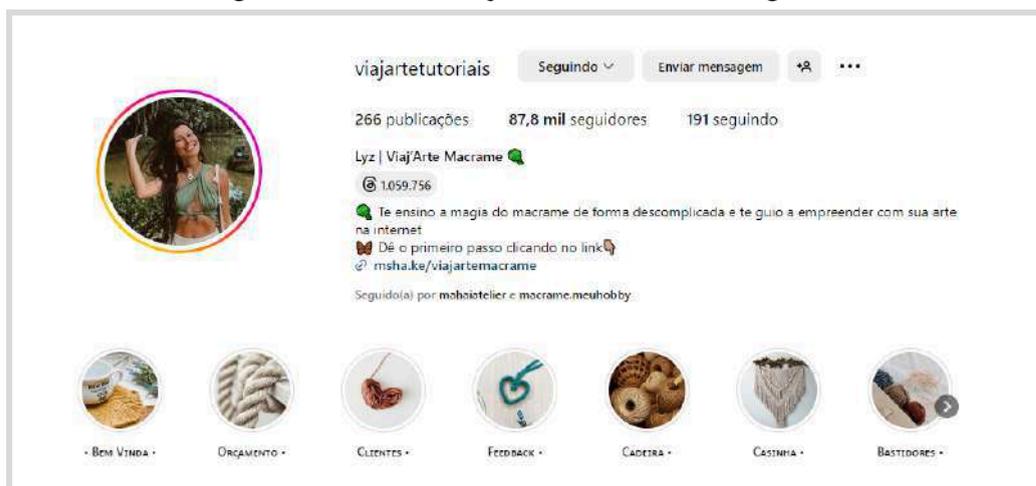
- **Análise de conteúdo:** O conteúdo dos vídeos abordará uma breve introdução sobre a história e evolução do macramê, demonstração dos nós principais (nó de laçada, nó quadrado, nó duplo, nó de festonê e nó escondido), e projetos simples como porta-vasos, painéis de parede e chaveiros que podem ser criados com as técnicas ensinadas. Segundo Luis Fernando Gomes, em material publicado na Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos (RBEP), intitulado “Vídeos didáticos: uma proposta de critérios para análise”, as instruções devem ser visuais, claras e concisas, seguindo uma sequência didática: introdução, técnicas básicas, aplicações práticas e conclusão. O material contará com elementos visuais da marca, música de fundo de forma não distrativa e recursos de acessibilidade.

ANÁLISE DE SIMILARES

Durante a fase de análise de similares, foram assistidos diversos vídeos através do Reels do Instagram, visto que é a plataforma na qual o projeto pretende ser implementado inicialmente. A intenção da seleção apenas no reels visa compreender a sistemática dos vídeos publicados através da ferramenta. Os critérios de seleção eram vídeos de perfis que englobassem o universo do macramê e abordassem a produção ou contexto histórico da técnica através de vídeos curtos. Já os critérios para análise individual dos vídeos foram embasados no material de Luis Fernando Gomes, publicado na Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos (RBEP), intitulado “Vídeos didáticos: uma proposta de critérios para análise” que propõe 5 categorias distintas para análise de material audiovisual com caráter didático, os critérios de análise propostos envolvem a linguagem audiovisual e as características pedagógicas dos vídeos didáticos. Dentre as categorias e seus itens, foram considerados os critérios que fossem mais condizentes com a proposta deste projeto, bem como os critérios para análises apontados pelos indivíduos que participaram do questionário de análise proposto na fase da metodologia de pesquisa. Resultando na seguinte análise:

A. Lyz, Viaj'Arte Macramê

Figura 41 - Perfil da Viaj'arte Tutoriais no Instagram.



Fonte: Instagram | @viajartetutoriais

Lyz é a talentosa artesã por trás da Viaj'Arte Macramê, que promete “ensinar a magia do macramê de forma descomplicada e a empreender com sua arte na internet”. Oferece uma variedade de recursos gratuitos e pagos para orientar os

interessados, além de comercializar peças prontas e aceitar encomendas personalizadas.

Figura 42 - Reels analisado da Viaj'arte Tutoriais.



Fonte: Instagram | @viajartetutoriais

- **Formato e plataformas:** A maior parte do conteúdo é apresentada em vídeos na proporção 9:16 (1080x1920), compartilhados principalmente na ferramenta Reels do Instagram, e também repostados no KWAI e TikTok.
 - **Edições e transições:** As edições são simples, sem transições elaboradas ou efeitos especiais, os vídeos são geralmente gravados em plano sequência, sem cortes, e utilizam apenas o recurso de aceleração de tempo.
 - **Elementos visuais de apoio:** São incorporados elementos visuais básicos, como texto com opção de fundo, disponíveis na plataforma do Instagram, para auxiliar na compreensão do conteúdo.
 - **Trilha sonora:** Os vídeos não incluem narração, contando apenas com instruções visuais e acompanham uma trilha sonora suave e instrumental, criando uma atmosfera agradável.
 - **Acessibilidade:** Não apresentam recursos de acessibilidade, como legendas ou texto alternativo. Embora haja legendas nas postagens, a falta de outros elementos de acessibilidade pode ser um desafio para alguns espectadores.
- ◆ **Considerações:** O perfil estabelece uma conexão íntima com o público, já que a imagem da artesã está presente nas fotos, criando uma sensação de perfil pessoal. No entanto, essa abordagem torna-se mais comercial quando se observa que a artesã exhibe o processo, usa e divulga suas criações, que variam de pulseiras, colares, cintos a

itens mais amplos, como cadeiras e cortinas. A estratégia de engajamento inclui incentivar os seguidores a comentar para receberem informações detalhadas sobre os tutoriais publicados.

B. Fernanda, Fer Campelo Ateliê

Figura 43 - Perfil da Fer Campelo Ateliê no Instagram.



Fonte: Instagram | @fercampeloateliê

Fernanda é a talentosa artesã por trás da marca Fer Campelo Ateliê, que se concentra principalmente na venda de cursos sobre a área, mas também oferece peças prontas para compra. Além disso, compartilha tutoriais básicos e gratuitos por meio de suas redes sociais.

Figura 44 - Reels analisado da Fer Campelo Ateliê.



Fonte: Instagram | @fercampeloateliê

- **Formato e plataformas:** Vídeos em duas proporções diferentes, na proporção 9:16 (1080x1920), publicados no Reels do Instagram, e na proporção 16:9 (1920x1080), disponibilizados em seu canal no YouTube;
- **Edições e transições:** Seus vídeos apresentam cortes estratégicos que são utilizados para avançar no processo de criação das peças e demonstrar técnicas de múltiplos ângulos. Não há transições elaboradas ou efeitos visuais visíveis e os vídeos fazem uso ocasional do recurso de aceleração de velocidade em determinados momentos;
- **Elementos visuais de apoio:** Os vídeos não incluem elementos visuais de apoio;
- **Trilha sonora:** A artesã narra todo o processo de produção das peças, fornecendo uma explicação detalhada por meio de áudio inserido nos vídeos, que acompanha a instrução visual;
- **Acessibilidade:** Os vídeos não oferecem recursos de acessibilidade, como legendas ou texto alternativo, apenas legendas na postagem estão disponíveis.

- ◆ **Considerações:** A artesã demonstra habilidades eficazes na criação de conteúdo didático de macramê, podendo melhorar a acessibilidade e a inclusão de elementos visuais de apoio para tornar seu conteúdo mais acessível, informativo e característico para uma variedade de espectadores. Sua estratégia de compartilhamento em diferentes plataformas é uma vantagem que pode ajudar a alcançar um público mais amplo.

C. Luciana, LuPaim Macramê

Figura 45 - Perfil da Luciana Fonseca Paim no Instagram.



Fonte: Instagram | @macramelupaimatelie

Luciana Fonseca é a artesã a frente do Ateliê Lu Paim, a empreendedora tem o foco principal em comercializar as peças previamente produzidas como também encomendas, ela grava e posta o seu processo de produção como forma de divulgação.

Figura 46 - Reels analisado da Luciana Fonseca Paim no Instagram.



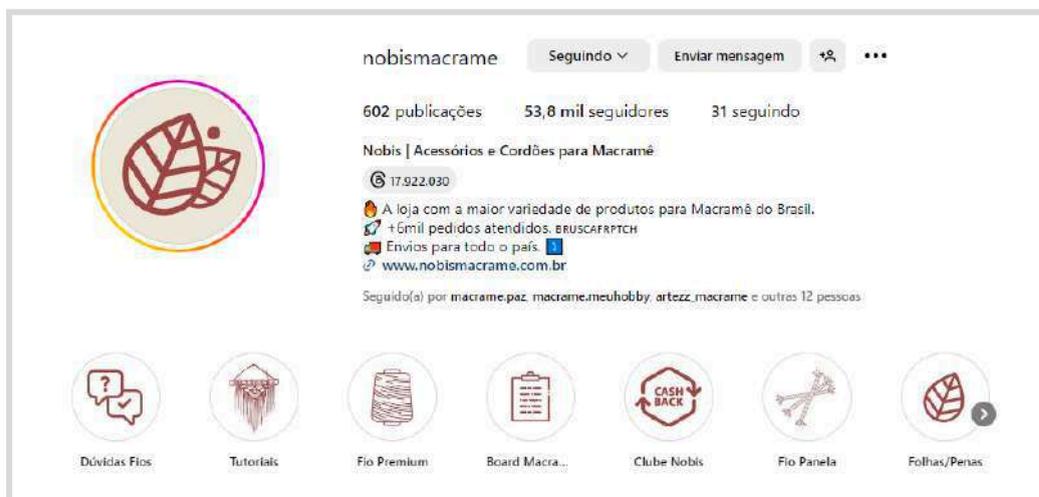
Fonte: Instagram | @macramelupaimatelie

- **Formato e plataformas:** Em sua grande maioria, vídeos na proporção 9:16 (1080x1920) publicados apenas no Reels do Instagram;
 - **Edições e transições:** Os vídeos passam por alguns cortes para acelerar o processo de produção das peças, embora não contenham transições elaboradas ou efeitos visuais, utilizando-se principalmente o recurso de aceleração de velocidade;
 - **Elementos visuais de apoio:** O material não incorpora elementos visuais de apoio, como texto explicativo, gifs ou gráficos adicionais;
 - **Trilha sonora:** Não há narração nos vídeos, apenas instruções visuais acompanhadas por uma suave trilha sonora instrumental;
 - **Acessibilidade:** Os vídeos não oferecem recursos de acessibilidade, como legendas ou descrições alternativas, contando apenas com legenda na postagem.
- ◆ **Considerações:** O perfil não apresenta uma identidade visual clara. A artesã não faz aparições nos vídeos, e o feed de postagens consiste principalmente em fotografias das peças produzidas, juntamente com vídeos que mostram o processo passo a passo. No entanto, é importante notar que esses vídeos não se configuram como tutoriais

abrangentes, uma vez que a artesã não demonstra o processo completo nem fornece instruções detalhadas. Eles são mais compreendidos por aqueles que já têm familiaridade com a técnica, tornando-os menos acessíveis como tutoriais para iniciantes. Além disso, a marca não possui presença em outras redes sociais.

D. Nobis, Macramê e acessórios

Figura 47 - Perfil da Nobis Macramê no Instagram.



Fonte: Instagram | @nobismacrame

Nobis Macramê é uma marca voltada para venda de acessórios e cordões para produção de macramê, a marca é pictórica e não aparece uma artesã(o) a frente, entretanto a marca disponibiliza tutoriais de como produzir peças de macramê usando suas ferramentas e mostrando a facilidade e funcionalidade que os equipamentos dispõem.

Figura 48 - Reels analisado da Nobis Macramê no Instagram.

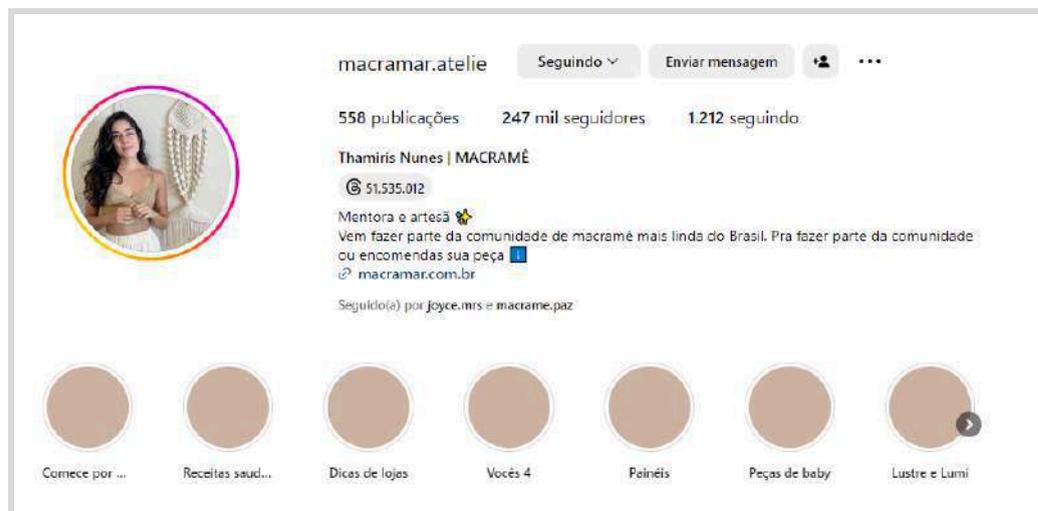


Fonte: Instagram | @nobismacrame

- **Formato e plataformas:** A maior parte do conteúdo é apresentada em vídeos na proporção 9:16 (1080x1920), compartilhados principalmente na ferramenta *Reels* do Instagram, e também repostados na ferramenta *Shorts* do Youtube;
 - **Edições e transições:** Os vídeos contam com cortes elaborados criando transições de cenas interessantes mostrando os produtos vendidos pela loja, não apresenta muitos efeitos especiais mas faz uso do recurso de aceleração de velocidade;
 - **Elementos visuais de apoio:** Não conta com elementos visuais de apoio;
 - **Trilha sonora:** Não há narração nos vídeos, apenas instruções visuais acompanhadas por uma suave trilha sonora instrumental;
 - **Acessibilidade:** Os vídeos não oferecem recursos de acessibilidade, como legendas ou descrições alternativas, contando apenas com legenda na postagem.
- ◆ **Considerações:** A marca tem a identidade visual bem definida e presente no perfil. Além de vídeos tutoriais, a página também compartilha dicas interessantes por meio das postagens estáticas, abordando aspectos que vão além da produção, como finalização, acabamento e outras maneiras de agregar valor ao produto final. O conteúdo é detalhado, destacando como é simples produzir com as ferramentas desenvolvidas e comercializadas por eles. A falta de elementos visuais é um fator que deixa a desejar nos vídeos, mas são compensados pelas postagens estáticas, que oferecem elementos visuais mais ricos. A acessibilidade é um ponto que precisa ser melhorado.

E. Thamiris Nunes, Macramar

Figura 49 - Perfil da Macramar Ateliê no Instagram.



Fonte: Instagram | @macramar.atelie

Thamiris Nunes é a artesã à frente da Macramar Ateliê, além de vender suas peças a pronta entrega, oferta minicursos e oficinas ensinando a técnica e disponibiliza pequenos tutoriais gratuitos.

Figura 50 - Reels analisado da Macramar Ateliê no Instagram.



Fonte: Instagram | @macramar.atelie

→ **Formato e plataformas:** Vídeos em duas proporções diferentes, na proporção 9:16 (1080x1920), publicados no Reels do Instagram, e na proporção 16:9 (1920x1080), disponibilizados em seu canal no YouTube;

- **Edições e transições:** O material não conta com efeitos especiais, cortes elaborados ou transições entre cenas, o vídeo é bruto e não faz uso nem do recurso de aceleração de velocidade;
- **Elementos visuais de apoio:** Os vídeos contam com elementos visuais de apoio que reforçam a identidade da marca, não aparecem com frequência durante o vídeo e sim como elementos gráficos na capa do tutorial.
- **Trilha sonora:** A artesã narra todo o processo de produção das peças, fornecendo uma explicação detalhada por meio de áudio inserido nos vídeos, que acompanha a instrução visual e uma música instrumental de fundo;
- **Acessibilidade:** O vídeo dispõe de recursos de acessibilidade como legendas nos vídeos e texto alternativo.

- ◆ **Considerações:** O perfil apresenta uma identidade visual claramente definida, refletida nas cores dos elementos, na tipografia e no estilo das postagens. A artesã é frequentemente vista nas publicações, o que confere ao perfil uma personalidade de quem está por trás da produção. Os vídeos tutoriais são minuciosos, incluindo narração, e atendem aos critérios de acessibilidade. A única área que deixa a desejar nos tutoriais é a falta de elementos visuais de suporte durante o vídeo, no entanto, essa limitação é compensada pelas demais postagens do perfil.

Quadro 4 - Análise de perfis e conteúdos similares.

	 Viaj'arte	 Fer Campelo	 Lu Paim	 Nobis M.	 Macramar
Formato	Green	Green	Yellow	Green	Green
Edições e transições	Yellow	Yellow	Yellow	Green	Yellow
Elementos gráficos	Red	Yellow	Red	Red	Yellow
Trilha Sonora	Yellow	Green	Yellow	Yellow	Green
Acessibilidade	Red	Red	Red	Red	Green

Quadro 5 - Legendas para entendimento do quadro anterior.

Atende perfeitamente os critérios	Atende parcialmente, podendo rever e melhorar questões.	Deixa a desejar e/ou não atende os critérios

Fonte: Do Autor.

Após a análise dos vídeos e levando em consideração as respostas coletadas no questionário desenvolvido, é importante ressaltar pontos positivos e essenciais para produção de vídeos curtos com caráter instrucional, são eles:

Narração Detalhada: A inclusão de narração detalhada em todo o processo de produção é uma abordagem eficaz para transmitir as técnicas aos usuários. Isso cria uma experiência mais educativa e envolvente, melhorando a compreensão do conteúdo.

Recursos de Acessibilidade: Uma área que carece de melhorias é a acessibilidade. A falta de recursos como legendas ou texto alternativo pode limitar a acessibilidade dos vídeos a públicos com deficiências auditivas ou outros desafios de acesso. A inclusão de legendas tornaria o conteúdo mais inclusivo e acessível.

Edições e transições: O uso de cortes estratégicos nos vídeos é eficaz para manter o interesse do espectador e demonstrar técnicas de maneira abrangente, por outros ângulos, com movimentos de câmera, iluminação e cores. Já a ausência de transições elaboradas ou efeitos visuais pode ser considerado interessante neste caso, por permitir que o foco permaneça nas habilidades demonstradas.

Plataformas de Compartilhamento: A estratégia de compartilhamento em diferentes plataformas, como Instagram, YouTube Shorts, TikTok e KWAÍ permite que o mesmo conteúdo alcance um público mais amplo e diverso, visto que todas essas plataformas trabalham com ferramentas que suportam o mesmo formato de vídeo mas o exibem para públicos distintos entre si.

Elementos Visuais de Apoio: A maioria dos vídeos não faz uso de elementos visuais de apoio, como texto explicativo ou gráficos adicionais ao longo do tempo. A incorporação desses elementos poderia melhorar ainda mais a compreensão do conteúdo, além de ser um diferencial para marcar a identidade visual.

3.2.2 DESIGN, Planejamento do Projeto.

Na segunda fase da metodologia ADDIE, são desenvolvidas as estratégias e os planos detalhados para a execução do projeto. As atividades principais incluem definir os objetivos do material didático, o planejamento dos conteúdos, ferramentas necessárias e cronogramas para execução.

- **Objetivos de aprendizado:** Ensinar aos usuários a fazer os principais tipos de nós da técnica do macramê. Garantindo que todas as atividades e recursos planejados estejam alinhados com a proposta principal deste projeto de promover este tipo de artesanato.

- **Planejamento de conteúdo:** Cada vídeo da série começará com uma breve introdução, na qual será explicado o que será ensinado no tutorial. Essa introdução abordará a importância do nó ou padrão específico que será apresentado. A seguir, o vídeo se concentra na demonstração detalhada da técnica de macramê, com instruções passo a passo para facilitar o aprendizado. Para finalizar, será feito um resumo do que foi ensinado, incentivando os espectadores a praticarem e compartilharem suas criações.

- **Ferramentas necessárias:** Os recursos para a produção do material final inclui ferramentas de gravação como um smartphone iPhone 11, um tripé com ringlight para estabilização e iluminação, além do uso de iluminação natural para melhorar a qualidade dos vídeos. Para a edição, serão utilizados os softwares Adobe Photoshop e Illustrator para manusear o kit de peças já existente da marca e criar novos gráficos e elementos visuais com o propósito instrucional; e CapCut⁵ para a edição de vídeos e adição de legendas, utilizando também leves transições e efeitos que deixem o material mais dinâmico sem perder o foco da aprendizagem. Por fim, o Instagram Reels será a plataforma principal para a publicação dos vídeos, aproveitando suas ferramentas de edição para acabamento do vídeo e compartilhamento para interação com o público.

⁵ CapCut é atualmente um dos editores de vídeo para celular e computador mais populares, fazendo sucesso, principalmente, entre os usuários do TikTok que procuram por uma ferramenta fácil de usar. A plataforma possui uma interface intuitiva e com diversas opções para editar e customizar os vídeos – que vão desde efeitos visuais simples até a possibilidade de importar templates de outros criadores de conteúdo.

→ **Planejamento e roteiro dos vídeos:** O processo de planejamento dos vídeos de forma ampla, foi pensado e dividido para criar uma série de seis reels que aborde a técnica do macramê de maneira estruturada e informativa. A série terá o nome “Cheio de Nó: entrelaçando a história e técnicas do macramê”, onde o primeiro vídeo da série será dedicado a contextualizar a história da técnica do macramê, proporcionando aos espectadores uma compreensão das origens e evolução desta arte. Em seguida, quatro vídeos serão focados nos cinco nós principais da técnica, com um vídeo dedicado a ensinar os dois nós primordiais para se iniciar uma peça e depois os três vídeos cada um para um nó de personalização individualmente, fornecendo instruções detalhadas e passo a passo. Concluindo, o último vídeo será uma demonstração das possibilidades de produção que podem ser alcançadas com os nós aprendidos, mostrando exemplos de projetos e aplicações práticas para inspirar e motivar os espectadores a explorar e criar suas próprias peças. No apêndice B, encontrado ao final desse documento, pode-se ler com detalhes a roteirização dos vídeos.

3.2.3 DEVELOP, *Desenvolvimento do Projeto.*

Na fase de desenvolvimento é onde o conteúdo planejado é criado e preparado para implementação. As atividades principais são criar, revisar e preparar a série de vídeos para publicação no perfil da marca na plataforma.

→ **Produção e captação de imagens:** Os vídeos introdutórios e finais da série foram gravados primeiro, em um único dia pela manhã, aproveitando a iluminação natural para garantir uniformidade visual entre eles. As filmagens foram gravadas de dois ângulos diferentes, o que possibilitou cortes e transições criativas durante a edição.

Figuras 51 e 52 - Os dois ângulos gravados e apresentados na série.



Fonte: Do Autor.

O cenário escolhido para a gravação foi o ateliê da marca Cheio de Nó, cuidadosamente montado com elementos relacionados ao macramê, como barbantes, bastidores, peças prontas e plantas para decoração. Essa ambientação foi intencionalmente alinhada com a paleta de cores e o conceito visual da marca, refletindo a estética artesanal e orgânica do trabalho.

Figuras 53, 54 e 55 - Cenário montado no ateliê da marca e aplicação da logo.

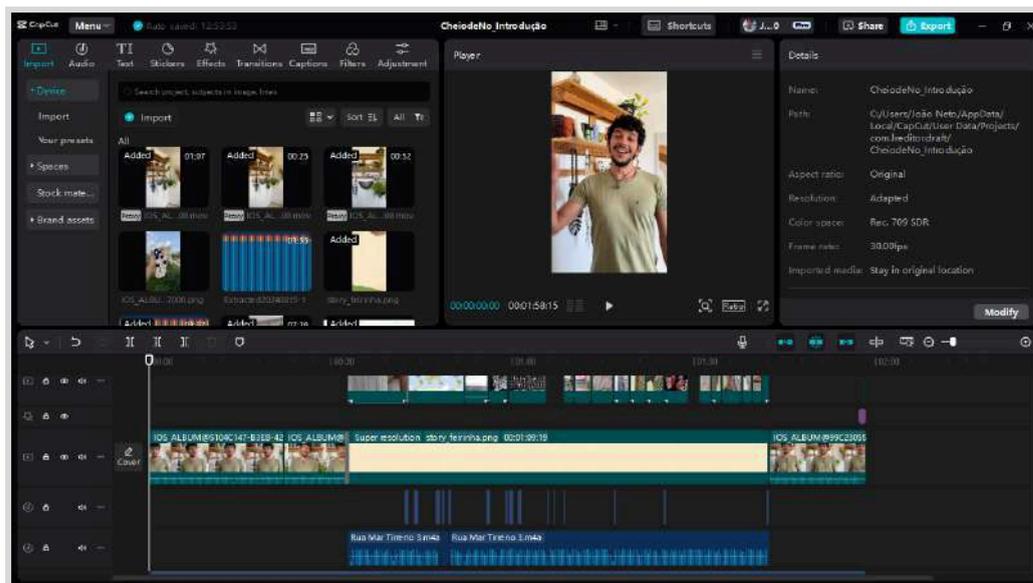


Fonte: Do Autor

Os vídeos que demonstram as técnicas dos nós foram filmados em três dias distintos, sempre pela manhã, para manter a continuidade da iluminação natural e garantir uma harmonia coesa e visual com os vídeos já gravados.

→ **Edição e Pós Produção:** Após a gravação dos vídeos principais, foram coletadas imagens adicionais para a contextualização histórica no primeiro vídeo e para ilustrar as possibilidades criativas no vídeo de conclusão da série. A edição e pós-produção foram realizadas utilizando o software CapCut, que permitiu a inserção de transições suaves e efeitos visuais alinhados com os cortes e ângulos planejados.

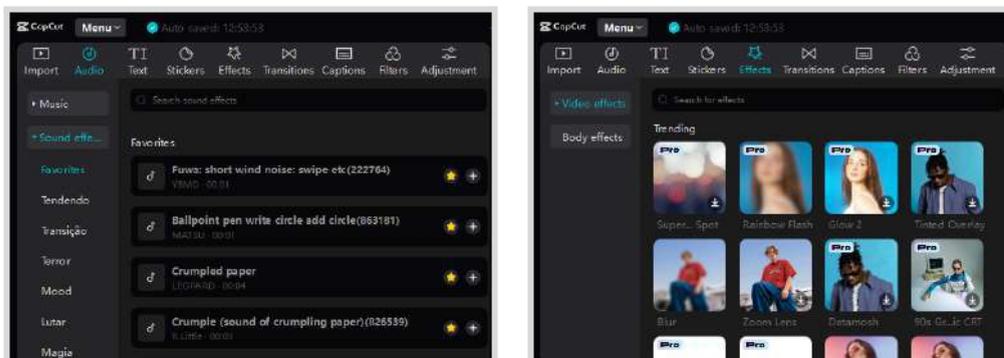
Figura 56 - Tela de trabalho do CapCut com a construção do primeiro vídeo.



Fonte: Do Autor

A trilha sonora foi cuidadosamente selecionada para adicionar dinamismo aos vídeos, com efeitos sonoros sutis disponibilizados na seção de recursos do CapCut, sons intitulados como “pop up” e “shoowsh” para destacar elementos visuais importantes que iriam surgir na tela durante a narração, ou indicar o movimento de deslizamento junto da transição.

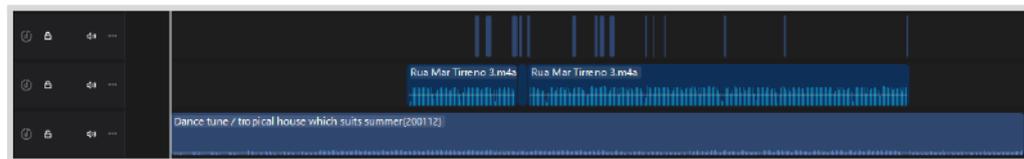
Figuras 57 e 58 - Seção de recursos – efeitos e sons, disponibilizados pelo CapCut.



Fonte: Do Autor

A narração foi gravada em horários de silêncio durante a madrugada, para garantir a qualidade do áudio sem interferências. O CapCut gerou automaticamente as legendas a partir dos áudios, que foram posteriormente ajustadas para correção ortográfica e personalização das cores conforme a identidade visual da marca.

Figura 59 - Linha do tempo de áudio do CapCut com narrações inclusas.



Fonte: Do Autor

Os elementos gráficos e visuais de apoio foram extraídos de um kit pré-existente da marca, o que facilitou a integração com o conteúdo produzido e manteve a consistência estética em todos os vídeos.

→ **Testes e revisões:** Após a edição, os vídeos foram enviados para revisão da orientadora e co-orientadora deste trabalho, além de um pequeno grupo de pessoas que participaram do questionário exposto na metodologia de pesquisa do projeto. Os feedbacks foram amplamente positivos, com apenas pequenas correções sugeridas, como ajustes em ritmo e fluidez.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante dos estudos feitos nesta pesquisa acerca dos pilares para o desenvolvimento desse projeto, pode-se constatar a importância do primeiro capítulo para ter o embasamento do contexto histórico e técnicas de macramê que seriam incorporadas ao roteiro dos vídeos. O segundo capítulo serviu para reforçar a importância de aproveitar as dinâmicas de criação de conteúdos através de vídeos curtos, que se mostram em alta nas redes sociais, e entender as ferramentas que foram utilizadas para implementar o projeto. O terceiro capítulo foi primordial para conhecer os parâmetros do design instrucional que configuram um material audiovisual instrucional de qualidade e para escolher o modelo metodológico aplicado.

O resultado desta pesquisa atende o objetivo traçado: desenvolver uma série de vídeos curtos baseados em parâmetros do design instrucional para explicar macramê nas redes sociais.

Figuras 60, 61, 62, 63, 64 e 65 - Imagens de capa de cada um dos seis vídeos da série.



Quadro 6 - Perfis e conteúdos similares comparados aos vídeos da série desenvolvida.

	 Viaj'arte	 Fer Camp.	 Lu Paim	 Nobis M.	 Macramar	 Cheio de Nó
Formato	Green	Green	Yellow	Green	Green	Green
Edições e transições	Yellow	Yellow	Yellow	Green	Yellow	Green
Elementos gráficos	Red	Yellow	Red	Red	Yellow	Green
Trilha Sonora	Yellow	Green	Yellow	Yellow	Green	Green
Acessibilidade	Red	Red	Red	Red	Green	Green

Fonte: Do Autor.

De acordo com o quadro 6, levando em consideração as análises das propostas similares a este projeto, feitas na primeira etapa da metodologia projetual, o projeto desenvolvido supriu as carências que os materiais similares apresentavam, com edições e transições estratégicas e sem muito efeitos especiais, permitindo que o foco permanecesse nas habilidades demonstradas, além da incorporação de elementos visuais de apoio que estivessem dentro da identidade visual da marca, e principalmente, a inserção de recursos de acessibilidade como o legendamento dos vídeos e narração *voice over* para garantir o acesso e aprendizado de todos.

Figuras 66, 67, 68 - Imagens de cenas de um dos vídeos da série.



Conforme mencionado anteriormente no capítulo 2.3.1 "O processo metodológico do design instrucional", este trabalho se concentra na identidade audiovisual e no design instrucional de um projeto extenso e complexo, deste modo, o foco foi direcionado para as fases da etapa de concepção da metodologia ADDIE - análise, planejamento e desenvolvimento da série de vídeos, descritas no tópico anterior. Logo, as fases da etapa de execução - implementação e avaliação, serão abordadas aqui neste tópico. Considerando que a implementação dos vídeos ainda estará em andamento no momento da apresentação desta pesquisa, o estudo se concentrará na avaliação do primeiro vídeo, que introduz o projeto e apresenta a história do macramê.

A fase de implementação é a primeira fase da etapa de execução do projeto, é onde os vídeos produzidos serão veiculados na plataforma escolhida. A publicação estratégica desses vídeos no instagram, propiciam maximizar o alcance e o engajamento dos vídeos, respeitando o tempo necessário para que o conteúdo seja movimentado.

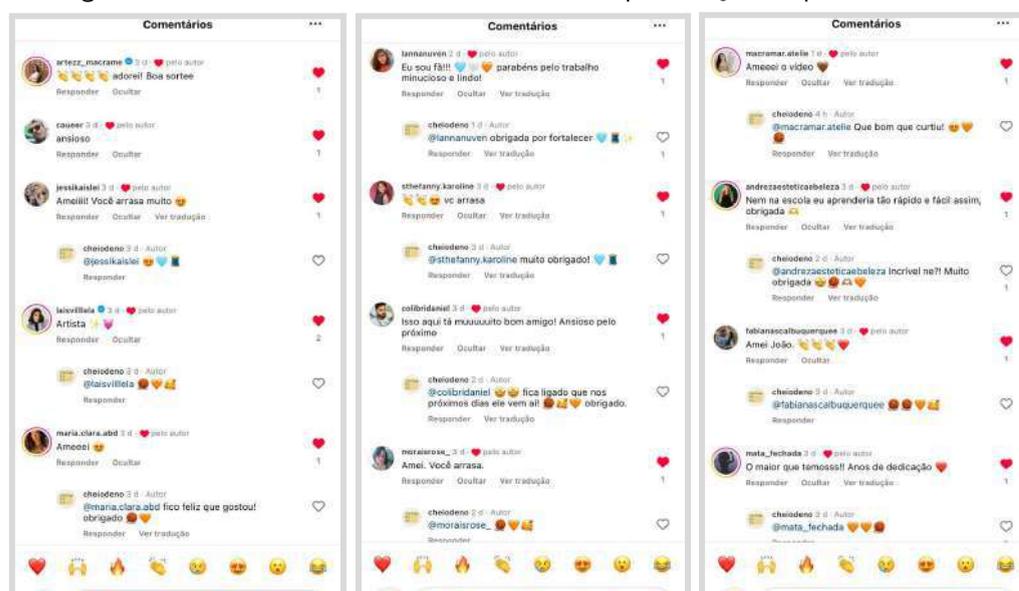
→ **Lançamento da série:** O primeiro vídeo da série foi lançado na sexta-feira 23 de agosto de 2024, tendo se estabelecido logo após o seguinte cronograma de postagens:

Quadro 7 - Cronograma de postagem dos vídeos da série.

Vídeo	Data de Postagem	Intervalo
1º Vídeo - Introdução (PUBLICADO)	23 de agosto 2024	4 dias
2º Vídeo - Nós de Laçada e Escondido	27 de agosto 2024	4 dias
3º Vídeo - Nó Quadrado	31 de agosto 2024	4 dias
4º Vídeo - Nó Espiral	4 de setembro 2024	4 dias
5º Vídeo - Nó Festonê	8 de setembro 2024	4 dias
6º Vídeo - Conclusão	12 de setembro 2024	-

→ **Gestão de Feedback e Interação do Vídeo Introdução** : Nesse espaço de intervalo entre as publicações, haverá um tempo dedicado a responder comentários, curtir interações, e compartilhar o vídeo nos stories para aumentar a visibilidade e alcançar novos públicos.

Figuras 69, 70 e 71 - Comentários recebidos na publicação do primeiro vídeo.



Fonte: Instagram | @cheiodeno

Assim como foi executado com o primeiro vídeo publicado, como podemos ver nas imagens acima, tendo todos os comentários curtidos e sua grande maioria respondidos. Além do compartilhamento nos stories ao longo dos dias.

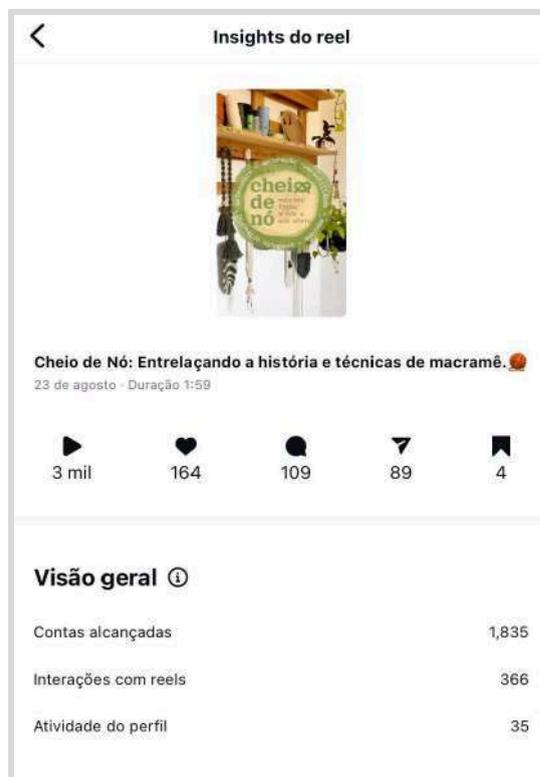
→ **Suporte aos usuários**: Oferecido de diferentes formas, o suporte ao usuário será de forma geral e pública, incentivada na interação nos comentários de cada vídeo publicado. Além disso, tanto nas legendas quanto no próprio

conteúdo dos vídeos, será mencionado que o perfil está com o Direct aberto para esclarecer dúvidas de maneira particular e atenciosa.

A fase de avaliação é a última fase da metodologia ADDIE, fundamental para mensurar a eficácia das etapas anteriores e identificar possíveis ajustes para otimizar a continuidade da série em temporadas futuras. Conforme já mencionado, considerando que a série de vídeos ainda estará em processo de implementação durante a apresentação desta pesquisa, a avaliação se concentrará apenas no primeiro vídeo da série, que introduz o projeto e contextualiza a história do macramê.

→ **Análise quantitativa de métricas:** Através das ferramentas de análise disponibilizadas pelo Instagram, foi possível medir a performance e alcance do vídeo, considerando o engajamento orgânico⁶, e outros indicadores importantes para entender o quanto o conteúdo foi relevante e envolvente para o público-alvo.

Figura 72 - Visão geral das métricas do primeiro vídeo.



Fonte: Instagram | @cheiodeno

⁶ Engajamento orgânico é aquele que acontece de maneira natural, voluntariamente por parte dos seguidores. Ou seja, o dono do perfil não precisa investir em posts patrocinados para aumentar o número de seguidores e nem para fazê-los interagirem nas publicações.

Com base nas métricas coletadas 3 dias após a implementação do primeiro vídeo, este gerou um total de 366 interações, distribuídas entre 164 curtidas, 109 comentários, 89 compartilhamentos e 4 salvamentos. O elevado número de comentários e compartilhamentos mostra que o vídeo não apenas atraiu visualizações, mas também incentivou a participação ativa do público. Analisando que essa alta de comentários é devido os espectadores que estavam engajados com o conteúdo, seja para discutir o tema, esclarecer dúvidas ou elogiar a proposta do material.

Figura 73 - Métricas de alcance e reprodução do primeiro vídeo.



Fonte: Instagram | @cheiodeno

Quanto ao detalhamento do alcance, as imagens mostram um total de 1.835 contas, sendo que 86,8% dessas contas não eram seguidoras do perfil, e apenas 13,2% já seguiam a página. Esse dado destaca o potencial do conteúdo de atrair um público novo, expandindo a visibilidade da marca para além da base de seguidores já existente. Esse alcance entre não-seguidores sugere que o vídeo foi eficaz em despertar o interesse de pessoas fora do círculo usual do perfil.

O vídeo acumulou um total de 3.027 reproduções, das quais 2.137 foram reproduções iniciais e 890 foram repetições. Esse número expressivo de repetições – quase 30% do total de visualizações, é um indicador de que o conteúdo foi suficientemente cativante para que uma parte significativa do público o assistisse mais de uma vez.

Figura 74 - Métricas de interações do primeiro vídeo.



Fonte: Instagram | @cheiodeno

O tempo total de visualizações foi de 7 horas, 12 minutos e 32 segundos, com um tempo médio de visualização de 53 segundos. O tempo médio de 53 segundos representa aproximadamente 45% da duração total do vídeo, que tem 1 minuto e 59 segundos. Essa métrica é um indicador significativo de que a maior parte da audiência se manteve engajada por quase metade do conteúdo. A publicação resultou em um aumento de 35 novos seguidores, mostrando que o vídeo foi bem sucedido em atrair pessoas interessadas no conteúdo e possivelmente na continuidade da série.

→ **Feedback qualitativo:** O feedback qualitativo foi obtido através dos comentários públicos no vídeo de introdução. Esta avaliação subjetiva identifica a percepção do público sobre a clareza do conteúdo, a estética visual e a conexão com a proposta da marca.

Figuras 75, 76, 77 e 78 - Feedback qualitativo do primeiro vídeo.



Fonte: Instagram | @cheiodeno

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo o desenvolvimento de uma série de vídeos curtos para fomentar e ensinar a técnica do macramê nas redes sociais baseados em parâmetros do design instrucional. Os materiais desenvolvidos precisavam atender as necessidades instrucionais e conciliar estratégias e dinâmicas de criação de conteúdo de vídeos curtos utilizados nas redes sociais, precisamente na plataforma Instagram.

No primeiro momento, foi necessário fazer uma vasta pesquisa exploratória acerca dos conteúdos principais que foram estudados e discutidos para produção do conteúdo que esse projeto se propôs a entregar. Essa pesquisa fundamentou o referencial teórico deste trabalho, com três capítulos sobre as áreas de atuação do projeto. O primeiro capítulo falou sobre macramê, abordou seu contexto histórico, as técnicas utilizadas e as ferramentas necessárias para a produção das peças artesanais. Esse conteúdo foi essencial para base artística e cultural que sustenta o conteúdo do material que foi desenvolvido e serviu de referência para os vídeos.

O segundo capítulo analisou o papel das redes sociais na ascensão das mídias digitais, com especial atenção ao Instagram e suas ferramentas de criação de conteúdo, como os Reels. Além disso, o capítulo explorou outras plataformas que impulsionaram a dinâmica de criação de vídeos curtos, o que proporcionou uma visão abrangente das opções disponíveis para disseminar o conteúdo de maneira eficaz.

O terceiro capítulo tratou do design instrucional e discutiu os parâmetros de qualidade necessários para a criação de conteúdos audiovisuais instrucionais. Este capítulo também abordou a teoria da metodologia projetual e a importância do uso de gráficos em materiais audiovisuais, destacando como esses elementos podem ser utilizados para maximizar o impacto e a eficácia do material didático produzido.

A pesquisa também foi enriquecida com um questionário desenvolvido para analisar as preferências dos participantes em relação ao design instrucional de vídeos curtos sobre macramê. As respostas ajudaram a identificar os critérios mais valorizados na gravação, edição e exposição de tutoriais em vídeos curtos, o que fortaleceu a metodologia projetual.

A metodologia de projeto escolhida foi aplicada e gerou a construção de materiais audiovisuais com caráter instrucional de qualidade. Como este projeto teve o foco na etapa de concepção, as fases de análise, planejamento e desenvolvimento dos vídeos foram estruturadas e concisas, onde foram: i)

analisados materiais similares a proposta da série que gerou uma tabela comparativa de pontos importantes que o projeto se basearia para construção; ii) planejado minuciosamente o propósito do material, as ferramentas necessárias para se produzir e elaboração do roteiro de cada vídeo; e iii) desenvolvido o material didático com fluidez e segurança nas etapas construídas anteriormente.

Embora este projeto não tenha tido o foco em aplicar e detalhar completamente a etapa de execução do modelo metodológico ADDIE - implementar e avaliar, tendo em vista que a série de vídeos ainda está sendo implementada no momento de apresentação dessa pesquisa, a avaliação que este projeto se propôs a fazer do primeiro vídeo da série, mostrou um resultado satisfatório.

De acordo com os resultados obtidos através da análise quantitativa de métricas - levando em consideração o engajamento orgânico, foi possível perceber grande receptividade e engajamento dos usuários da plataforma, que circulou majoritariamente entre o público que ainda não conhecia e seguia o perfil da marca, além do número expressivo de repetições e tempo de reprodução médio, que mostrou o potencial que o conteúdo teve de prender a atenção dos espectadores, os fazendo assistir o material mais de uma vez.

O feedback qualitativo foi recebido por comentários na postagem do primeiro vídeo, onde foi possível perceber que os usuários entenderam o conteúdo com clareza, o que não gerou até o momento comentários de dúvidas sobre o assunto que o material se propôs a explicar, além de receber elogios pela construção e proposta dos vídeos de perpetuar o valor cultural e histórico do macramê.

Por fim, acerca dos resultados mostrados e os conceitos estudados para o desenvolvimento deste trabalho, pode-se concluir que os objetivos dessa pesquisa foram alcançados, com a série de vídeos completamente desenvolvida e em processo de implementação, de modo a fomentar a cultura do artesanato e propagar a técnica do macramê, além de entender as ferramentas da plataforma na qual o projeto foi implementado e compreender a potência do design gráfico e instrucional para criação de materiais dessa qualidade, ampliando horizontes de uma marca de macramê nas redes sociais e no cenário local, que se mostra propício para tal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA PEREIRA, Hiêda Claudia. **Design Instrucional: perspectiva didático-metodológica para integração da tecnologia na formação docente.** Revista Teias, Rio de Janeiro, v. 22, n. 65, p. 219-238, 2021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/revistateias/article/view/53705>. Acesso em: 2 ago. 2024.
- BARREIRO, R. M. C. **Um Breve Panorama sobre o Design Instrucional.** EaD em Foco, v. 6, n. 2, 2016. Disponível em: <https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/375>. Acesso em: 2 ago. 2024.
- BATISTA, M. L. F. da S., & MENEZES, M. dos S. **O design gráfico e o design instrucional na Educação a Distância.** Design, arte e tecnologia, 2008. Bauru. Disponível em: <https://baixaarquivo.barramaisbaratovitrine.com/EBOOK-GRÁTIS/curso-de-web-designer.pdf> Acesso em: 4 ago. 2024.
- Blog do Macramê. **Os 5 Principais Nós do Macramê.** 2021. Disponível em: <https://blogdomacrame.com.br/os-5-principais-nos-do-macrame/>. Acesso em 2 out. 2023
- CIRILLO, José; MELLO, Júlia. **Artes da Fibra** [recurso eletrônico]. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 2019. Disponível em: <<https://acervo.sead.ufes.br/arquivos/pdf-artes-fibra.pdf>>.
- CAMPOS, Ludimila Caliman; GARCIA, Mereida Maria Modesta Netto. **Pensando nos nós do Macramê: uma história, uma técnica, um lugar de memória no cotidiano feminino.** 1920, Rio de Janeiro, v. VII, n.3, jul./set. 2012. Disponível em: <http://www.dezeanovevinte.net/arte%20decorativa/aa_macrame.html>.
- DALLA COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo. **Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas. Economia & Tecnologia,** Curitiba, ano 7, v. 27, p. 151-160, out./dez. 2011.
- DALLA COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo. **Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. Economia & Tecnologia,** Curitiba, ano 7, v. 25, p. 179-186, abr./jun. 2011.
- DOMESTIKA. **História do macramê: de tecelões árabes à moda Coachella.** 2023. Disponível em: <https://www.domestika.org/pt/blog/8680-historia-do-macrame>. Acesso em 2 out. 2023
- DOMESTIKA. **Materiais básicos para criar tapeçarias em macramê.** 2023. Disponível em: <https://www.domestika.org/pt/blog/7310-materiais-basicos>. Acesso em 2 out. 2023

Data-reportal. **DIGITAL 2023 BRAZIL REPORT: THE ESSENTIAL GUIDE TO THE LATEST CONNECTED BEHAVIORS.** We Are Social, Meltwater, 2023. Disponível em: <https://indd.adobe.com/embed/f0e4e76b-14a0-4a08-8d00-c0ffdae6ef32>. Acesso em 9 mai. 2023

Forbes. **Luta também no digital: Mark lança concorrente do Twitter e acirra competição com Musk.** Forbes Tech, 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/07/luta-tambem-no-digital-mark-lanca-concorrente-do-twitter-e-acirra-competicao-com-musk/>. Acesso em: 26 jul. 2024.

Forbes. **Threads completa 1 ano; afinal, a plataforma deu certo ou errado no Brasil?** Forbes Tech, 2024. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2024/07/threads-completa-1-ano-afinal-a-plataforma-deu-certo-ou-errado-no-brasil/>. Acesso em: 26 jul. 2024.

FILATRO, A. & PICONEZ, S.C.B. **Contribuições do learning design para o design instrucional.** Congresso ABED, 2008. Disponível em: <http://www.abed.org.br/congresso2008/tc/511200841151pm.pdf>. Acesso em: 3 ago. 2024.

FILATRO, Andrea. **Design instrucional na prática.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008. 174p.

GODOY, A.S. **Pesquisa qualitativa- tipos fundamentais.** Revista de administração de empresas. São Paulo, v.35, 3p.20-29, 1995.

GOMES, L. **Vídeos didáticos: uma proposta de critérios para análise.** Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos, v. 89, n. 223. Disponível em: <https://rbep.inep.gov.br/ojs3/index.php/rbep/article/view/3710>. Acesso em: 3 ago. 2024.

G1. **Entenda a curta história do Instagram, comprado pelo Facebook.** Redação G1 Tecnologia, 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/entenda-curta-historia-do-instagram-comprado-pelo-facebook.html>. Acesso em: 08 mar. 2024.

INVEST NEWS. **A rápida ascensão do Instagram a 'indústria' de cliques e celebridades.** REDAÇÃO INVESTNEWS PERFIS EMPRESAS, 2024. Disponível em: <https://investnews.com.br/perfis-empresas/historia-do-instagram>. Acesso em: 08 mar. 2024.

Instagram. **Dando suporte ao bem-estar com guias no Instagram.** Blog Instagram, 2020. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/supporting-well-being-with-instagram-guides>. Acesso em: 18 mar. 2024.

Instagram. **Apresentação do Instagram Reels.** Blog Instagram, 2020. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/introducing-instagram-reels-announcement>. Acesso em: 18 mar. 2024.

Instagram. **Explicando melhor o funcionamento do Instagram.** Blog Instagram, 2021. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/shedding-more-light-on-how-instagram-works>. Acesso em: 20 jul. 2024.

Instagram. **Apresentamos novas formas de se conectar no Instagram.** Blog Instagram, 2022. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/updates-to-instagram-messenger-and-stories>. Acesso em: 20 jul. 2024.

Instagram. **Novas ferramentas para elevar o nível da criação de conteúdo no app do Instagram.** Blog Instagram, 2023. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/new-updates-to-content-creation-tools>. Acesso em: 22 jul. 2024.

Instagram. **Apresentando canais de transmissão, uma nova maneira de criadores de conteúdo aprofundarem conexões com seguidores.** Blog Instagram, 2023. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/introducing-broadcast-channels>. Acesso em: 22 jul. 2024.

Instagram. **Apresentamos o Threads, uma nova maneira de compartilhar com texto.** Blog Instagram, 2023. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/threads-instagram-text-feature>. Acesso em: 22 jul. 2024.

Let's Marketing. **A Ascensão dos Vídeos Curtos.** 2022. Disponível em: <https://www.letsmarketing.com.br/a-ascensao-dos-videos-curtos-conteudos-brevs-impactam-marcas-e-negocios>. Acesso em 18 nov. 2023

LIMA, Roberta Gomes. **Publipost: a influência do instagram no comportamento da jovem consumidora.** 2017. 24 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicada, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/11410> Acesso em: 12 mar. 2024.

MAIA, Joice Cristina Matildes. **O Instagram como estratégia de comunicação.** 2021. 33 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2021. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/3598>. Acesso em 21. out 2023

NEIL PATEL. **Como Usar o Instagram: Passo a Passo (Guia 2023).** Neil Patel, 2023. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/instagram/> Acesso em: 08 mar. 2024.

O Povo. **O Instagram completa dez anos nesta terça; relembre a evolução do aplicativo.** Leonardo Igor, 2020. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/tecnologia/2020/10/06/instagram-completa-dez-anos-nesta-terca--relembre-a-evolucao-do-aplicativo.html>. Acesso em: 25 mar. 2024.

Portal da UEPB. **Campina Grande recebe o título de cidade criativa da Unesco com contribuição da UEPB na divulgação cultural.** 2021. Disponível em: <https://uepb.edu.br/campina-grande-recebe-titulo-de-cidade-criativa-da-unesco-com-contribuicao-da-uepb-na-divulgacao-cultural>. Acesso em 7 out. 2023

Portal TERRA. **Macramê: a nova moda das artes manuais ganhou destaque nas pesquisas on-line durante a quarentena.** 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/macrame-a-nova-moda-das-artes-manuais-ganhou-destaque-nas-pesquisas-on-line-durante-a-quarentena>. Acesso em 16 nov. 2023

QUAQUIO, Priscilla. **Macramê sem segredo: guia definitivo para começar do zero.** 2020. Disponível em: <https://sobrenosmacrame.com.br/aprender-macrame/>. Acesso em 2 out. 2023

SEBRAE. **Economia criativa impulsiona negócios de arte popular em João Pessoa.** 2023. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/economia-criativa-impulsiona-negocios-de-arte-popular-em-joao-pessoa>. Acesso em 10 jun. 2023

SYLVIAS BOOK OF MACRAMÉ LACE, 1886. London: New York: Melbourne: Ward, Lock, Bowden, and Co., 1890. Disponível em: <https://library.si.edu/digital-library/book/sylviasbookofmac00lond> Acesso em: 20 mai. 2023

SCHOOL Marketing Digital. **Instagram Reels em 2023: o guia definitivo para todas as suas perguntas sobre o Reels.** Escola de Cursos e Treinamentos de Marketing Digital, Tráfego, Redes Sociais, Web Analytics e tudo o Universo de Negócios Digitais, 2023. Disponível em: <https://marketingdigitalschool.com.br/instagram-reels-em-2023-o-guia-definitivo-para-todas-as-suas-perguntas-sobre-o-reel/> Acesso em: 08 mar. 2024

SEBRAE. **Por que você deve utilizar os vídeos curtos no seu marketing de conteúdo.** 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-voce-deve-utilizar-os-vidoes-no-seu-marketing-de-conteudo>. Acesso em 17 nov. 2023

TRAÇA TRAPOUS. **Os diferentes tipos de fio para Macramê.** 2020. Disponível em: <https://tracatrapos.pt/os-diferentes-fios-para-macrame/>. Acesso em 20 ago. 2024

Tripé Criação. **Evolução do Instagram: o que mudou na rede social do futuro.** Redação Tripé Criação, 2022. Disponível em: <https://tripecriacao.com.br/evolucao-do-instagram/>. Acesso em: 29 mar. 2024.

Tecnoblog. **Instagram: o que é, história e como funciona a rede social.** Ana Marques, 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-red-e-social/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

TechTudo. **Vine ou Instagram: qual app vai dominar os vídeos curtos?** Fellipe Veloso, 2013. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2013/06/vine-ou-instagram-qual-app-vai-dominar-os-videos-curtos.ghtml>. Acesso em: 12 jun. 2024.

UAI. **Evolução do Instagram ao longo do tempo: descubra o que mudou.** UAI Negócios, 2013. Disponível em: <https://www.uai.com.br/app/noticia/negocios/2023/08/28/noticia-negocios.329098/evolucao-do-instagram-ao-longo-do-tempo-descubra-o-que-mudou.shtml>. Acesso em: 04 mar. 2024.

VILAÇA, Márcio et. al. **Tecnologia, sociedade e educação na era digital.** 1. ed. RJ: UNIGRANRIO, 2016. 300 p. ebook.

VIARO, Felipe Schneider. **Proposição de diretrizes para o projeto de gráficos instrucionais estáticos de qualidade.** 2015. 249 f. Monografia (Mestrado em Design) - UFRGS, PGDESIGN, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/127667>. Acesso em 4. ago 2023

APÊNDICES

Apêndice A - Questionário

Cheio de Nó: análise de similares

Olá amiii 😊 tudo bem contigo?

Espero que sim.

Obrigado por contribuir com a pesquisa para meu projeto. Contextualizando um pouco meu trabalho, é construir um guia - audiovisual e escrito - através da plataforma Instagram em uma série de reels, com a intenção de ensinar a técnica e os nós básicos do Macramê, enquanto contextualizo a história deste artesanato.

Dito isso, um ponto importante da metodologia e até mesmo objetivo do trabalho é fazer uma pesquisa e análise sobre materiais audiovisual feito por criadores de conteúdo no Instagram com cunho didático, tutorial sobre o universo de macramê.

Seu olhar e análise é importante para enriquecer minha pesquisa com opiniões.

Vamos lá?

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Você já conhecia outros perfis de macramê além da Cheio de Nó? Se sim e lembrar o nome de algum, cite-o. *

2. Você consome a ferramenta Reels do Instagram? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, acompanho com frequência.
- Sim, esporadicamente.
- Não.
- Não, mas acompanho similares em outros aplicativos.

3. Você já viu videos tutoriais curtos na ferramenta Reels? Independente de ser sobre macramê ou outro universo (culinária, decoração, etc...)

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Para continuar a pesquisa, preciso que você assista a estes 5 reels curtinhos rs, que foram selecionados organicamente conforme apareceram na linha do tempo dos reels e abordarem a produção ou contexto histórico do macramê.

Link para pasta dos videos: [clique aqui.](#)

4. Diante dos videos assistidos, qual te despertou mais atenção? Ao seu olhar, qual mais atraente e de qualidade? *

Marcar apenas uma oval.

Fer Campelo Atelie

Lu Paim Macramê

Lyz Viajarte Tutoriais

Nobis Macramê

Thamiris Macramar

5. Porque o video acima foi considerado mais atraente? Quais seus critérios? *

6. Quais critérios de análise você estabeleceria em comum para os vídeos? *

Marque todas que se aplicam.

- Qualidade e clareza do conteúdo
- Ambientação e cenário
- Formato e filmagem
- Edição
- Efeitos especiais
- Cortes e transições
- Elementos Visuais de Apoio
- Trilha Sonora
- Narração
- Recursos de acessibilidade
- Interação
- Outro: _____

Muitíssimo obrigada pelo seu tempo e sua contribuição. ♥

Apêndice B - Detalhamento e Construção do Roteiro Individual dos Vídeos

→ Vídeo 1: Introdução à História do Macramê

Duração: Até 2 minutos.

Objetivo: Contextualizar a história do macramê, seu valor cultural e evolução ao longo do tempo.

Estrutura do Roteiro:

Abertura (20 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Texto: Oioi, eu sou João Neto, designer gráfico e o artesão aqui por trás de Cheio de Nó. Hoje eu vim apresentar pra vocês uma série de vídeos que vai ser lançada aqui neste perfil, onde eu vou contextualizar a história do macramê e ensinar os principais nós dessa técnica. Além da gente comentar sobre as possibilidades de criação a partir destes nós. E aí?! Tá preparado pra aprender a fazer macramê junto comigo? Então bora lá!
- ◆ Texto: Bom, no vídeo de hoje eu vou explorar um pouco a história do macramê, para que você entenda a profundidade cultural e artística por trás dessa técnica que você vai aprender a fazer.

Introdução a História Antiga (10 segundos):

- ◆ Imagens: Mapa mundi com animações mostrando as localizações dos lugares onde o macramê se originou.
- ◆ Narração: "O Macramê é uma arte milenar oriunda da tecelagem que consiste na técnica de atar fios utilizando apenas as mãos. Embora essa técnica tenha sido originada oficialmente na região da atual Turquia, estudos apontam que o Macramê já era utilizado na Mesopotâmia, China e Egito por volta do ano 3.000 a.C."

Evolução ao Longo do Tempo (20 segundos):

- ◆ Imagens: Imagem dos navegantes árabes, suas práticas de nós e exemplos das funcionalidades, depois imagens da bandeira do Brasil, uma peça de macramê e colonizadores chegando no Brasil. Depois, diversas imagens das revistas populares de macramê
- ◆ Narração: "Essa técnica se espalhou pelo mundo através dos navegantes, especialmente os marinheiros árabes, que utilizavam seu tempo livre para aprimorar os nós e criar novas peças, associadas às necessidades deles para o trabalho no mar. No Brasil, o Macramê chegou com os colonizadores portugueses e se tornou parte da nossa

cultura, adotado principalmente pelas mulheres e evoluindo como uma arte popular em diversas regiões."

Valor Cultural e Atualidade (20 segundos):

- ◆ Imagens: Imagens de pessoas do movimento hippie usando macramê. Depois, peças modernas de macramê, uso em decoração de interiores e moda contemporânea.
- ◆ Narração: "Ao longo do tempo, o macramê passou por altos e baixos em termos de popularidade, experimentando momentos de destaque e de esquecimento. Foi então nos anos 1970, com o movimento hippie, que o macramê voltou à moda, celebrando o artesanal e o feito à mão. Desde então, essa arte vem se mantendo em alta, desde as peças únicas produzidas por microempreendedores e artesãos às altas produções confeccionadas por grandes marcas e lojas de acessórios."

Encerramento e Chamada para Ação (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Agora que você já sabe um pouco mais sobre a história do macramê, tá na hora da gente aprender os principais nós dessa técnica. No próximo vídeo, eu vou ensinar dois nós fundamentais para você fazer qualquer peça de macramê, o nó de laçada e o nó escondido. A gente se vê lá beleza?"

→ Vídeo 2: Nó de Laçada e Nó Escondido

Duração: Até 2 minutos

Objetivo: Ensinar os nós básicos e mais comuns para se iniciar e finalizar uma peça de macramê.

Estrutura do Roteiro:

Introdução (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Oioi, eu sou João Neto e esse é mais um episódio da série Cheio de Nó: entrelaçando história e técnicas."

Nó de Laçada (30 segundos):

- ◆ Imagens: Close-up das mãos fazendo o nó de laçada.

- ◆ Narração: "No vídeo de hoje vamos aprender e praticar dois nós essenciais da técnica do macramê. O primeiro é o Nó de Laçada ou nós simples, na maioria das peças é o primeiro nó a ser feito e sua função é prender o fio a alguma base. Aqui vamos utilizar como base de sustentação esse mosquetão. Sua técnica consiste em unir as pontas do fio e achar o centro do barbante, depois é preciso envolver a estrutura que deseja 'laçar' e passar o corpo do barbante por dentro dele. Aqui vamos repetir o processo mais duas vezes, pra deixarmos um montante de fios preparando pro próximo nó. E é isto, demos 3 nós de laçada."

Nó Escondido (40 segundos):

- ◆ Imagens: Close-up das mãos fazendo o nó quadrado.
- ◆ Narração: "O segundo nó é o Nó Escondido também conhecido como nó de acabamento ou nó de ligadura, é muito utilizado como os nomes já sugerem para fazer emendas ou acabamentos de peças, para sua execução é necessário um montante de fios que você deseje juntar e um fio extra que vai ser dobrado com uma pequena alça, que vai determinar a altura do nosso nó. Vamos posicionar essa alça onde queremos fazer o nó e deixar uma pontinha sobrando assim, depois vamos segurar o montante de forma firme, dando a volta nele diversas vezes com o corpo do fio extra, respeitando o tamanho dessa alça. Agora passe a ponta do fio por dentro da alça e puxe o fio superior. Depois é só cortar as sobras com uma tesoura e prontinho!"

Encerramento e Chamada para Ação (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Incrível né? Fica Ligado que no próximo vídeo vamos ter a prática de mais um Nó. Não esqueça de seguir a Cheio de Nó para ficar atento aos próximos vídeos, Tchauu."

→ Vídeo 3: Nó Quadrado

Duração: Até 2 minutos

Objetivo: Ensinar o nó quadrado, um dos mais conhecidos e utilizado em uma peça de macramê.

Estrutura do Roteiro:

Introdução (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.

- ◆ Narração: "Oioi, eu sou João Neto e esse é mais um episódio da série Cheio de Nó: entrelaçando história e técnicas."

Nó Quadrado (30 segundos):

- ◆ Imagens: Close-up das mãos fazendo o nó.
- ◆ Narração: "Nesse vídeo vamos aprender o nó Quadrado, nó chato ou nó duplo, um dos nós mais conhecido e utilizado na prática do macramê. Para sua execução é necessário no mínimo dois barbantes fixos à base - quatro fios, os dois do centro servirão de corpo/apoio e os dois das extremidades serão os fios gastos em torno do apoio, estes da extremidade são entrelaçados da seguinte forma, pra ficar fácil de entender, podemos visualizar um número 4 aqui, onde esse barbante que fica por cima, precisa passar por trás dos barbantes de apoio e sair aqui dentro. Agora que fizemos um nó da esquerda, precisamos fazer ele pra direita. Então fazemos agora um 4 para o lado oposto, passamos o barbante por trás dos fios de apoio e passar aqui dentro. Pois para se ter esse efeito é preciso fazer o nó de forma alternada para os dois lados. Vamos ver novamente, visualizar um número 4 aqui, onde esse barbante que fica por cima, precisa passar por trás dos barbantes de apoio e sair aqui dentro. É isso"

Encerramento e Chamada para Ação (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Incrível né? Fica Ligado que no próximo vídeo vamos ter a prática de mais um Nó. Não esqueça de seguir a Cheio de Nó para ficar atento aos próximos vídeos, Tchauu."

→ Vídeo 4: Nó Espiral

Duração: Até 2 minutos

Objetivo: Ensinar o nó espiral, uma variante do nó ensinado anteriormente.

Estrutura do Roteiro:

Introdução (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Oioi, eu sou João Neto e esse é mais um episódio da série Cheio de Nó: entrelaçando história e técnicas."

Nó Espiral (30 segundos):

- ◆ Imagens: Close-up das mãos fazendo o nó.
- ◆ Narração: "Nesse vídeos vamos aprender a técnica do Nó Espiral ou nó DNA, sua execução segue o mesmo passo e princípio do nó quadrado, que aprendemos no último vídeo. fazemos e visualizamos o número 4 aqui, onde esse barbante que fica por cima, precisa passar por trás dos barbantes de apoio e sair aqui dentro. a mudança está na finalização do nó, ao invés do entrelaçamento de forma alternada - para o lado direito e esquerdo, como no nó quadrado, no nó espiral o entrelaçamento segue sempre na mesma direção que começou o primeiro nó, aqui nesse exemplo começamos do lado direito e vamos repetindo esse nó diversas vezes, gerando esse efeito visual de espiral. Belíssimo né? Acha uns barbantes aí na sua casa e bora praticar!"

Encerramento e Chamada para Ação (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Por hoje é só! Fica Ligado que no próximo vídeo vamos ter a prática do último nó dessa série. Não esqueça de seguir a Cheio de Nó pra ficar atento aos próximos conteúdos, Tchaau."

→ Vídeo 5: Nó Festonê

Duração: Até 2 minutos

Objetivo: Ensinar o nó festonê, um nó versátil e criativo,

Estrutura do Roteiro:

Introdução (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Oioi, eu sou João Neto e esse é mais um episódio da série Cheio de Nó: entrelaçando história e técnicas."

Nó Espiral (30 segundos):

- ◆ Imagens: Close-up das mãos fazendo o nó.
- ◆ Narração: "Agora vamos aprender o Nó Festonê, um dos nós mais adorados pelos artesãos, devido a sua versatilidade e liberdade para criação, para essa demonstração vamos fixar três barbantes a base - que dá seis fios, um fio é usado como guia, este fio vai tomando a forma que você mantê-lo posicionado enquanto o envolve com os outros fios fazendo duas vezes esse processo, passando os fios por cima do fio guia, envolvendo ele e saindo aqui dentro. Repetindo,

passando o fio por cima do fio guia envolvendo ele e saindo aqui dentro, Mais uma vez passo o fio por cima do fio guia envolvendo ele e passo aqui dentro. Repetindo esse nó quantas vezes achar necessário para se formar a trama que você deseja tecer. É muito importante você ir ajustando os nós e o fio guia a cada nó dado, pra manter a uniformidade no seu padrão. Esse nó da liberdade criativa para criar qualquer forma, linhas curvilíneas, padrões geométricos e figuras estilizadas. Incrível né?"

Encerramento e Chamada para Ação (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "É isso, no próximo vídeo vamos fazer um apanhado dos nós aprendidos e ver como eles podem ser aplicados em peças de macramê, você não pode perder! Não esqueça de seguir a Cheio de Nó pra ficar atento aos próximos conteúdos, Tchaau."

→ Vídeo 6: Conclusão e possibilidades de criação.

Duração: Até 2 minutos

Objetivo: Mostrar a versatilidade e possibilidades de criação de peças, aplicados aos nós apresentados na série.

Estrutura do Roteiro:

Introdução (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "Oioi, eu sou João Neto e esse é o último vídeo da série Cheio de Nó: entrelaçando a história e técnicas. Hoje vamos falar sobre as possibilidades de criação com os nós que você aprendeu ao longo dessa série. Com os nós de laçada, escondido, quadrado, espiral e festonê você pode criar peças decorativas e utilitárias incríveis!"

Revisão e possibilidades (30 segundos):

- ◆ Imagens: Close-up das mãos fazendo o nó.
- ◆ Narração: "Os nós de laçada e escondido como você viu, servem pra fazer o início e acabamentos de peças e estão presentes em quase todo projeto de macramê. O nó quadrado é bastante utilizado em tramas que precisam de preencher espaços, como bolsas e peças de vestuário. O nó espiral é o no com efeito visual mais atrativo para os admiradores, bastante utilizado em painéis decorativos, alças de bolsas, chaveiros e suporte para plantas. Já o nó festonê é o nó mais

versátil da técnica, permitindo criar diversas formas únicas e personalizadas, muito usado em peças de efeito decorativo como cortinas e painéis."

Encerramento e agradecimento (10 segundos):

- ◆ Filmagem do artesão gesticulando e interagindo com a câmera.
- ◆ Narração: "O macramê possibilita não só a produção de belas peças, mas também podem ser uma fonte de renda e uma prática artesanal para você desacelerar sua rotina. É isso, espero que você tenha gostado e se inspirado para começar a criar suas peças de macramê, qualquer dúvida pode deixar aqui nos comentários ou falar direto comigo. Não se esqueça de curtir e seguir cheio de nó e compartilhar esse conteúdo primoroso. Obrigado, Thcaau."

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC com Correções

Assunto:	TCC com Correções
Assinado por:	Joao Neto
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Joao Vieira da Penha Neto, ALUNO (201727010019) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 10/10/2024 16:49:19.

Este documento foi armazenado no SUAP em 10/10/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1274014

Código de Autenticação: ed09563902



	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Cambinho, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC_FICHADO_E_ASSINADO

Assunto:	TCC_FICHADO_E_ASSINADO
Assinado por:	Joao Neto
Tipo do Documento:	Dissertação
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Joao Vieira da Penha Neto, ALUNO (201727010019) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 08/11/2024 10:18:16.

Este documento foi armazenado no SUAP em 08/11/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1305259

Código de Autenticação: 983911b15c

