



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÕES, TURISMO E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA**

**O ENSINO DE SAXOFONE NA ERA DIGITAL: UM  
ESTUDO SOBRE PROFESSORES/PRODUTORES DO  
*YOUTUBE***

**ROGER CRISTIANO LOURENÇO DA SILVA**

JOÃO PESSOA – PB  
2020

ROGER CRISTIANO LOURENÇO DA SILVA

**O ENSINO DE SAXOFONE NA ERA DIGITAL: UM  
ESTUDO SOBRE PROFESSORES/PRODUTORES DO  
*YOUTUBE***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Música da Universidade Federal da Paraíba – UFPB – Área de concentração em Educação Musical, linha de pesquisa: Processos e práticas educativo-musicais. Como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Música.  
Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Juciane Araldi Beltrame

JOÃO PESSOA – PB  
2020

**Catálogo na publicação Seção de  
Catálogo e Classificação**

S586e Silva, Roger Cristiano Lourenço da.

O ensino de saxofone na era digital: um estudo sobre  
professores/produtores do YouTube / Roger Cristiano  
Lourenço da Silva. - João Pessoa, 2020.

161 f. : il.

Orientação: Juciane Araldi Beltrame Araldi.  
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

UFPB/BC

CDU 788.43(043)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE COMUNICAÇÕES, TURISMO E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA  
DEFESA DE DISSERTAÇÃO**

**Título:** O ensino de saxofone na era digital: um estudo sobre professores/produtores do *YouTube*

**Mestrando:** Roger Cristiano Lourenço da Silva

**Dissertação aprovada pela banca examinadora**

---

Dra. Juciane Araldi Beltrame

Presidente (UFPB)

---

Dra. Fernanda de Assis Oliveira Torres

Membro Externo ao Programa (UFU)

---

Dr. Fábio Henrique Ribeiro

Membro Interno do Programa (UFPB)

**João Pessoa, 11 de agosto de 2020**

## RESUMO

Esta dissertação é fruto de uma pesquisa qualitativa que investigou o ensino de instrumentos musicais no *YouTube*, considerando especificamente canais de tutoriais de saxofone. O objetivo geral foi investigar as características dos professores brasileiros de saxofone no contexto do *YouTube*, a partir da estruturação pedagógica e de divulgação dos seus canais. Os objetivos específicos foram: identificar os principais professores brasileiros de saxofone no *YouTube*; conhecer o perfil artístico e profissional desses professores; delinear estratégias e recursos pedagógicos utilizados nos vídeos; enumerar procedimentos técnicos na produção dos vídeos; pontuar estratégias de engajamento com o público. O conteúdo empírico é formado pelos canais do *YouTube* dos respectivos produtores: Elias Coutinho; Romualdo Costa; Ronaldo Marquetti; Suelen Mondini. Para a área da Educação Musical, o interesse desta pesquisa se baseia no ensino de saxofone na era digital, ajudando a compreender como os professores, imersos nesse contexto, desenvolvem o material pedagógico, quais os saberes envolvidos nesse processo, como eles estão se preparando para atender essa demanda de ensino e, a partir deles, analisar quais valores perpassam a ideia da atuação docente numa forma mais ampla. A perspectiva teórica é fundamentada no conceito de *rede sociotécnica* do *YouTube* (SALGADO, 2016), além de utilizar as contribuições da educação no contexto on-line de Silva, Pesce, Zuim (2010) e, o olhar para a informação e a interação na cibercultura de Lévy (2010). Esta pesquisa é organizada como um estudo de casos múltiplos. O processo de coleta de dados deu-se por meio da observação da atuação docente dos produtores, pela seleção dos vídeos e pelas entrevistas. Os vídeos foram tomados como “documentos digitais” e, a internet foi abordada enquanto um “lugar de pesquisa”, sendo os canais do *YouTube*, pertencentes aos produtores investigados, o objeto de estudo desta dissertação. As entrevistas foram realizadas no período de agosto a novembro de 2019, todas de forma on-line. Os resultados desta pesquisa apontam para o *YouTube* como um possível lugar de atuação para professores de música, além de indicar um espaço de aprendizagem para quem produz e para quem tem acesso ao material pedagógico-musical disponível no site.

**PALAVRAS-CHAVE:** *YouTube*, Professores de sax, Ensino de música na era digital.

## ABSTRACT

This master's thesis is the result of a qualitative research. In this research I studied about the teaching musical instruments on *YouTube*, specifically the saxophone tutorial channels . The main goal was to investigate the pedagogical characteristics of Brazilian teachers at *YouTube*, based on the promotion and teaching structure of their channels. The specific goals were: to identify the most relevant Brazilian teachers on *YouTube*; to discover professional and artistic profile these teachers; to delineate the strategies and pedagogical resources used by teachers; to list the procedures related the production of the vídeos; to describe engagement strategies with the public. In this respect, the empirical content was composed of the *YouTube* channels belonging to the: Elias Coutinho; Romualdo Costa; Ronaldo Marquetti; Suelen Mondini. Focusing on Music Education, this research is importante for contributing to the teaching of saxophone in the digital age, helping to understand how teachers in this context work, how the pedagogical material is created, what knowledge is necessary for effective performance, which processes professional training programs are being developed to meet this teaching demand. Observing these teachers we can analyze which values permeate teaching activities in a broader and more contextualized way. The theoretical perspective is based on the concept "sociotechnical networks" on *YouTube* (SALGADO, 2016), in addition to using contribution on "online education" (SILVA, PESCE, ZUIM, 2010) and interaction in cyberculture (LÉVY, 2010). This research is organized as a multi case study. Data collection occurred when observing the teaching performance of producers, selecting the videos and through interviews. The videos selected for this research were approached as "digital documents", while the internet was approached as a "research place". The *YouTube* channels, belonging to producers were considered as the object of study. The interviews were conducted in an online format, and were conducted between the months of August and November of the year 2019. The results of this research point to *YouTube* as a possible place of performance for music teachers, in addition to indicating a learning space for those who produce and those who have access to the pedagogical-musical material available on the website.

**KEY WORDS:** *YouTube*, Saxophone teachers, Music teaching in the digital age.

## AGRADECIMENTOS

Um trabalho dessa dimensão, com tantas horas de dedicação, com tanta reflexão e esforço não é construído de forma individual. Recebi ajuda de muitas pessoas e vou citar aqui as mais importantes. O apoio familiar foi importantíssimo para o meu ingresso no mestrado, agradeço especialmente à minha mãe e à minha esposa, as mulheres mais importantes da minha vida. Hoje posso dizer que minha esposa é o meu principal apoio, através dos pequenos gestos ela tornou essa reta final muito menos sofrida. Sou extremamente grato às tias e aos meus primos que torceram e acreditaram em mim. Também quero demonstrar gratidão a todos que foram responsáveis pela minha educação, seja em nível básico ou superior. Tenho um carinho especial aos professores João Valter e Marisa Nóbrega, da UFCG. Já no PPGM da UFPB, tenho gratidão por todo o corpo docente e administrativo, mas quero destacar o professor Fábio Ribeiro, por sua competência inspiradora. Agradeço também à professora Maura Penna pelo rigor e experiência responsáveis pelas minhas principais evoluções enquanto pesquisador em formação. Também agradeço aos meus colegas Daniel, Leonardo, Sergio, Pedro e, aos meus colegas do TEDUM, pelo compartilhamento de informações e pela troca de experiências. Devo manifestar gratidão ao meu amigo Adelson Junior, juntamente com a sua esposa Aline e com o seu filho Davi, por terem facilitado minha estadia aqui em João Pessoa, me acolhendo de forma tão confortável na casa deles. Nem sei como agradecer à minha orientadora, tão compreensiva, tão inteligente e tão humana. O percurso do mestrado é duro, nem sempre com surpresas boas e, trabalhar com uma pessoa especial como ela é de grande ajuda. Sou incapaz de descrever o quanto aprendi e amadureci com ela. Ainda devo agradecer aos participantes desta pesquisa, por terem disponibilizado tempo, conhecimento e demonstrado empatia. Me tornei um verdadeiro admirador do trabalho do Elias Coutinho, do Romualdo Costa, do Ronaldo Marquetti e da Suelen Mondini. Também sou grato por todos os profissionais que me inspiram pela dedicação, comprometimento com a profissão e competência. Por fim, tenho uma crença em Deus e, entendo que sou dependente da misericórdia divina, portanto, sou extremamente grato a Ele por permitir isso tudo.

## LISTA DE FIGURAS E IMAGENS

<b>FIGURA 1</b> – Categorias de influenciadores digitais de acordo com o número de seguidores.....	43
<b>FIGURA 2</b> – Percurso de comunicação com os participantes .....	46
<b>IMAGEM 1</b> – Captura da tela inicial do <i>YouTube</i> (usuário 1).....	35
<b>IMAGEM 2</b> – Captura da tela inicial do <i>YouTube</i> (usuário 2).....	36
<b>IMAGEM 3</b> – Captura da tela inicial do <i>YouTube</i> (usuário 3).....	36
<b>IMAGEM 4</b> – exemplo de pesquisa dentro de um canal do <i>YouTube</i> .....	55
<b>IMAGEM 5</b> – Observação guiada dos elementos relevantes de um vídeo no <i>YouTube</i> .....	58
<b>IMAGEM 6</b> – Captura de tela do vídeo “Por que não alinhar todel [...]”.....	63
<b>IMAGEM 7</b> – Captura de tela de usuários elogiando Elias Coutinho.....	66
<b>IMAGEM 8</b> – Captura de tela exemplificando a interação entre usuário e produtor.....	67
<b>IMAGEM 9</b> – Captura de tela onde os usuários retroalimentam o canal.....	67
<b>IMAGEM 10</b> – Captura de tela do vídeo do Romualdo.....	70
<b>IMAGEM 11</b> – Captura de tela mostrando recurso visual projetado no vídeo.....	71
<b>IMAGEM 12</b> – Captura de tela com comparação entre os modelos de chaveamento.....	72
<b>IMAGEM 13</b> – Captura de tela com indicação de minuto por um usuário.....	74
<b>IMAGEM 14</b> – Captura onde usuários elogiam Romualdo.....	74
<b>IMAGEM 15</b> – Captura de tela com sugestão de melhoria de conteúdo.....	75
<b>IMAGEM 16</b> – Captura de tela onde o usuário demonstra interesse pelo saxofone da patrocinadora.....	75
<b>IMAGEM 17</b> – Usuário demonstra querer ter aulas com Romualdo.....	75
<b>IMAGEM 18</b> – Captura de tela do vídeo “Dificuldade nas notas graves”.....	77
<b>IMAGEM 19</b> – Captura de tela onde usuário elogia Ronaldo Marquetti.....	80
<b>IMAGEM 20</b> – Captura de tela onde usuário agradece ao Ronaldo .....	80
<b>IMAGEM 21</b> – Captura de tela do vídeo “Digitação básica no clarinete” .....	82
<b>IMAGEM 22</b> – Captura de tela com explicação sobre notas naturais.....	83
<b>IMAGEM 23</b> – Captura de tela demonstrando a nota Sol no clarinete.....	84
<b>IMAGEM 24</b> – Captura de tela demonstrando a posição da nota Fá.....	85
<b>IMAGEM 25</b> - Captura de tela com explicação sobre opções de digitação.....	86



<b>IMAGEM 26</b> - Captura de tela com utilização de pergunta geradora.....	86
<b>IMAGEM 27</b> - Captura de tela indicando as notas executadas.....	87
<b>IMAGEM 28</b> - Captura de tela com execução descendente das notas.....	88
<b>IMAGEM 29</b> - Captura de tela onde usuário elogia Suelen.....	88
<b>IMAGEM 30</b> - Captura de tela onde usuário parabeniza Suelen.....	89
<b>IMAGEM 31</b> - Captura de tela onde usuário sugere tema.....	89

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1</b> – trabalhos sobre o ensino de música intermediado pelas tecnologias digitais.....	15
<b>QUADRO 2</b> – trabalhos sobre a formação docente intermediada pelas tecnologias.....	20
<b>QUADRO 3</b> – trabalhos sobre o <i>YouTube</i> enquanto ferramenta de aprendizagem.....	23
<b>QUADRO 4</b> – trabalhos sobre o <i>YouTube</i> enquanto espaço pedagógico.....	27
<b>QUADRO 5</b> – descritores utilizados na pesquisa e suas incidências.....	42
<b>QUADRO 6</b> – participantes da pesquisa.....	44
<b>QUADRO 7</b> – entrevistas com os participantes.....	49
<b>QUADRO 8</b> – vídeos selecionados do canal do Elias Coutinho.....	56
<b>QUADRO 9</b> – vídeos selecionados do canal do Romualdo Costa.....	56
<b>QUADRO 10</b> – vídeos selecionados no canal do Ronaldo Marquetti.....	57
<b>QUADRO 11</b> – vídeos selecionados do canal da Suelen Mondini.....	57
<b>QUADRO 12</b> – dados sobre o vídeo do Elias Coutinho.....	63
<b>QUADRO 13</b> – características do Elias Coutinho no vídeo.....	68
<b>QUADRO 14</b> – dados sobre o vídeo do Romualdo Costa.....	70
<b>QUADRO 15</b> – características do Romualdo Costa no vídeo.....	76
<b>QUADRO 16</b> – dados do vídeo do Ronaldo Marquetti.....	77
<b>QUADRO 17</b> – características do Ronaldo Marquetti no vídeo.....	81
<b>QUADRO 18</b> – dados do vídeo da Suelen Mondini.....	83
<b>QUADRO 19</b> – características da Suelen Mondini no vídeo .....	90
<b>QUADRO 20</b> – formato de vídeos pedagógicos e suas explicações de acordo com os produtores.....	93
<b>QUADRO 21</b> – conhecimentos necessários para a docência na internet segundo os participantes.....	100
<b>QUADRO 22</b> – principais concepções pedagógicas dos participantes .....	106
<b>QUADRO 23</b> – como os produtores desenvolveram os saberes necessários para atuar na internet .....	113
<b>QUADRO 24</b> – equipamentos utilizados pelos participantes.....	118
<b>QUADRO 25</b> – parcerias comerciais listadas pelos produtores.....	125
<b>QUADRO 26</b> – como os produtores aproveitam o prestígio do <i>YouTube</i> .....	130

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>PRESSUPOSTOS TEÓRICOS: PESQUISAS, DEFINIÇÕES, CONCEITOS</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1</b>	<b>O ensino de música intermediado pelas tecnologias digitais em ambientes convencionais de aprendizagem</b> .....	<b>15</b>
<b>2.2</b>	<b>A formação do professor de música intermediada pelas tecnologias digitais</b> .....	<b>20</b>
<b>2.3</b>	<b>O <i>YouTube</i> como ferramenta de aprendizagem</b> .....	<b>22</b>
<b>2.4</b>	<b>O <i>YouTube</i> como espaço pedagógico independente</b> .....	<b>27</b>
<b>2.5</b>	<b><i>YouTube</i>: uma plataforma em constante processo de mudança</b> .....	<b>32</b>
<b>2.6</b>	<b>O <i>YouTube</i> enquanto rede sociotécnica</b> .....	<b>33</b>
<b>2.7</b>	<b>A informação, o estudante e o professor dentro do <i>YouTube</i></b> .....	<b>36</b>
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1</b>	<b>Abordagem qualitativa</b> .....	<b>39</b>
<b>3.2</b>	<b>Estudo de caso</b> .....	<b>39</b>
<b>3.3</b>	<b>O <i>YouTube</i> como campo empírico: considerações sobre a pesquisa <i>on-line</i></b> .....	<b>40</b>
<b>3.4</b>	<b>Escolha dos participantes</b> .....	<b>41</b>
<b>3.5</b>	<b>Técnica de coleta de dados</b> .....	<b>46</b>
<b>3.6</b>	<b>Entrada no campo</b> .....	<b>48</b>
3.6.1	Primeira entrevista: Ronaldo Marquetti.....	50
3.6.2	Segunda entrevista: Romualdo Costa.....	51
3.6.3	Terceira entrevista: Suelen Mondini.....	51
3.6.4	Quarta entrevista: Elias Coutinho.....	52
<b>3.7</b>	<b>Análise dos dados</b> .....	<b>54</b>
3.7.1	Processo de pesquisa e seleção dos vídeos.....	55
3.7.2	Processo de análise dos vídeos.....	58
<b>3.8</b>	<b>Procedimentos éticos</b> .....	<b>60</b>
<b>3.9</b>	<b>Categorização dos dados</b> .....	<b>60</b>
<b>4</b>	<b>O ENSINO DE SAXOFONE NO <i>YOUTUBE</i></b> .....	<b>62</b>
<b>4.1</b>	<b>Canais de ensino de saxofone no <i>YouTube</i></b> .....	<b>62</b>
4.1.1	Elias Coutinho.....	62
4.1.2	Romualdo Costa.....	68
4.1.3	Ronaldo Marquetti.....	76

4.1.4 Suelen Mondini .....	81
4.2 Tipos de vídeo pedagógico.....	90
4.3 A construção da figura do professor de saxofone no <i>YouTube</i> .....	93
4.3.1 Músico e performer em eventos .....	93
4.3.2 Tornar-se professor na <i>internet</i> .....	94
4.3.3 O produtor de conteúdo: o que um professor precisa saber para dar aula no <i>YouTube</i> .....	96
<b>5 O YOUTUBE COMO ESPAÇO PEDAGÓGICO .....</b>	<b>101</b>
<b>5.1 Concepções pedagógicas sobre o ensino de saxofone no <i>YouTube</i> .....</b>	<b>101</b>
5.1.2 Seleção de temas .....	107
5.1.3 A importância do <i>feedback</i> dos inscritos .....	109
<b>5.2 Produção de conteúdo no <i>YouTube</i> .....</b>	<b>111</b>
5.2.1 Saberes técnicos (iluminação, edição de vídeo etc.) .....	114
5.2.2 Engajamento com o público por meio das ferramentas das redes sociais .....	119
<b>5.3 O <i>YouTube</i> como alternativa profissional para professores de música.....</b>	<b>121</b>
5.3.1 Vantagens financeiras e parceiras comerciais.....	121
5.3.2 Utilizando a influência: quando o reconhecimento construído se torna algo mais .....	125
<b>5.4 Desafios e potencialidades ao ensinar no <i>YouTube</i> .....</b>	<b>130</b>
5.4.1 Desafios.....	131
5.4.2 O ensino de instrumentos na <i>internet</i> para além do <i>YouTube</i> .....	132
5.4.3 Qualquer pessoa pode dar aula no <i>YouTube</i> : vantagens e desvantagens.....	133
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>138</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>142</b>
<b>APÊNDICE A – ENTREVISTA-PILOTO.....</b>	<b>152</b>
<b>APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS PARTICIPANTES .....</b>	<b>154</b>
<b>APÊNDICE C – TCLE .....</b>	<b>157</b>
<b>ANEXOS – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP .....</b>	<b>159</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Dentre os inúmeros avanços tecnológicos, testemunhamos nos últimos anos a criação do *iPhone* e dos *smartphones* em geral; a evolução da tecnologia streaming que permitiu a popularização de provedores *on-line* como a *Netflix*; a multiplicação de *softwares* e aplicativos de comunicação como o *Skype* e o *WhatsApp*. Assim, é possível perceber que conforme acessamos novas tecnologias, podemos alterar nossa forma de realizar atividades. Por exemplo, com um *smartphone* podemos ter acesso a calendários, agendas, relógios, mapas etc., fazendo com que não tenhamos a necessidade direta de possuir esses utilitários isoladamente. Além disso, Marafon (2015) presenciou e relatou uma diminuição do número das locadoras de filme, ocasionada principalmente pelo crescente número de assinantes da *Netflix*. Outro hábito quase extinto é o envio de mensagens SMS (BENTES, 2014), com o *Skype* e *WhatsApp* oferecendo o serviço gratuitamente, dificilmente as pessoas recorrem ao envio de mensagens através das operadoras de telefonia móvel.

Se as tecnologias contribuem para alterar a forma com que consumimos diversos serviços, compreendo que elas podem alterar a forma de nos relacionarmos com a educação. A partir disso surgiu o interesse em investigar as diferentes formas de ensinar e aprender música.

Considerando o contexto abordado, este trabalho explora as práticas emergentes de ensino dos professores de saxofone na plataforma do *YouTube*, abrangendo a estrutura pedagógica utilizada e as ações envolvidas na produção e distribuição dos vídeos. Isso foi feito por meio de um estudo de caso com 3 produtores e uma produtora. Nesse sentido, esta pesquisa tem a intenção de contribuir com a área da Educação Musical, entendendo que o próprio termo "representa atualmente um campo diversificado de estudos e práticas de formação em música, abrangendo quaisquer espaços sociais, situações e processos de transmissões e saberes musicais" (QUEIROZ, 2013a, p.95). Desde já, vale esclarecer que o *YouTube* não é consenso na Educação, nem enquanto ferramenta, muito menos enquanto espaço pedagógico independente. É comum encontrar antagonistas e entusiastas ao uso da plataforma na educação, como é o caso de Juhasz (2008) e Stadler (2019). Isso mostra o quanto a literatura ainda busca se aprofundar no tema. Essas controvérsias e as discussões geradas a partir delas serão contempladas do capítulo 1.

Minha motivação para essa pesquisa teve início poucos meses após a formatura da graduação, no fim de 2017. Enquanto graduado, cabia a mim procurar as oportunidades de trabalho na área de música. Na época eu não queria trabalhar na Educação Básica e, alguns dos meus colegas também não tinham esse interesse. Lembro que conversávamos sobre as opções

de trabalho na área da música, sobre os possíveis locais de trabalho, sobre as escolas especializadas etc. Também nos sentíamos incomodados com o contexto político e econômico da nossa região, onde os concursos públicos eram escassos para professores de música. Diante deste cenário, minha postura foi de buscar alternativas de trabalho independente, reconhecendo que minha formação acadêmica não me forneceu ferramentas suficientes para lidar com este tipo de realidade. A esse respeito, enquanto profissional em educação, discuto com colegas sobre nossa formação e, sobre o quanto ela ainda está distante de nossas demandas, de forma que ainda não nos sentimos qualificados para exercer trabalhos educacionais com características diferentes das quais estamos acostumados a vivenciar na academia. Por exemplo, trabalhar na produção de tutoriais no *YouTube* ou outros formatos de aulas a distância.

Buscando por informações na internet, descobri que existe uma alta incidência de buscas por aprendizagem de instrumentos musicais na plataforma do *YouTube*, encontrando 22.221.500<sup>1</sup> resultados apenas digitando palavras relacionadas a instrumentos como: bateria, contrabaixo, teclado, violão, guitarra e sax. Esse potencial observado pode ser ainda maior, pois não consultei nenhum outro site, blog ou as diversas comunidades virtuais existentes na internet. Esses dados fazem parte da realidade contemporânea contemplada por Monteiro (2011, p.15) quando afirma que “inúmeras pessoas utilizam os meios digitais para diversos fins e buscam adquirir conhecimentos, mesmo que superficiais [...]”. Destaco ainda a importância do *YouTube* (YT) como uma ferramenta com longo alcance, com potencial de aprendizagem, principalmente pela característica de proporcionar um conteúdo atraente aos seus consumidores. De acordo com Monteiro (2011, p.34), o caráter informacional do *YouTube* costuma ser mais dinâmico do que o das aulas presenciais, proporcionando assim, formas diversas de aprendizagens, tanto de instrumentos musicais, quanto de outros assuntos.

Toda essa situação observada despertou o interesse pela temática, até por conta da minha proximidade com a área, sou professor particular de saxofone e tenho utilizado o *Instagram* e o *YouTube* como ferramentas de trabalho. Apesar de trabalhar também com o ensino presencial, tenho criado conteúdo gratuito e conteúdo pago através de tutoriais e aulas on-line.

De forma geral, noto certa tendência à digitalização no mercado da música em diversos contextos (SEBRAE, 2015). Sendo assim, enquanto profissionais contextualizados com as necessidades contemporâneas, com as emergentes demandas sociais, é de nossa responsabilidade se aproximar desta realidade e contribuir para que o ensino de música alcance um número cada vez maior de pessoas.

---

<sup>1</sup> Dados de abril de 2018.

O ensino de saxofone na era digital, no contexto desta pesquisa, focou nos canais de ensino de saxofone do *YouTube*, pois, mesmo não sendo o único ambiente on-line onde o ensino acontece, mostram-se como alternativa para usuários e produtores. Dentro dos canais do *YouTube* há diversos vídeos, inclusive, gravações de aulas presenciais, sequenciadas, de acordo com uma estrutura previamente estabelecida. No entanto, nesta pesquisa, o foco não esteve nessas aulas presenciais adaptadas para um formato digital, mas sim, nos vídeos pedagógicos que foram planejados exatamente para o contexto on-line, os quais os participantes da pesquisa denominaram como tutoriais, aulas, dicas e *lives*.

Levando em consideração o tema abordado, a contextualização necessária da educação musical e, o potencial de alcance dos tutoriais on-line, o problema dessa pesquisa é: como ocorre o ensino de saxofone no *YouTube* através de produtores brasileiros? A partir desse problema, surgem as seguintes questões: Como os principais produtores de tutoriais de saxofone no *YouTube* estruturam pedagogicamente e divulgam suas aulas? Quais conhecimentos pedagógicos podemos desenvolver ao observar a atuação desses professores? Portanto, o objetivo geral foi investigar as características dos professores brasileiros de saxofone no contexto do *YouTube*, a partir da estruturação pedagógica e de divulgação dos seus canais.

Para que o objetivo geral fosse alcançado, os objetivos específicos foram: identificar os principais professores brasileiros de saxofone no *YouTube*; conhecer o perfil artístico e profissional desses professores; delinear estratégias e recursos pedagógicos utilizados nos vídeos; enumerar procedimentos técnicos na produção dos vídeos; pontuar estratégias de engajamento com o público.

A base teórica desta pesquisa foi fundamentada para sustentar o *YouTube* enquanto rede socioétnica (SALGADO, 2016). Lévy (2010); Burges, Green (2009) foram autores importantes para evidenciar o caráter colaborativo do *YouTube*, assim como as múltiplas funções que as pessoas podem extrair da plataforma. Além disso, Silva, Pesce, Zuim (2010) contribuíram para estabelecer o olhar para as aprendizagens e para a informação no contexto on-line.

Do ponto de vista metodológico, é uma pesquisa de caráter qualitativo na perspectiva de Tozoni-Reis (2009, p.25), com ênfase empírica, situada em canais de ensino de saxofone no *YouTube*. Trata-se de um estudo de casos múltiplos, aos moldes de André (2005) e Stake (1995), considerando observação da atuação pedagógica de profissionais no *YouTube*, além de compreender suas concepções pedagógicas por meio de entrevistas semiestruturadas e dos materiais pedagógicos coletados no *Youtube*. A coleta de dados configurou-se na seleção dos vídeos e nas entrevistas, enquanto a análise deu-se a partir do cruzamento entre os conteúdos

das entrevistas, as contribuições da literatura e a análise dos vídeos. Ainda sobre a análise dos dados, vale salientar que o roteiro de entrevista foi uma peça importante na sistematização das informações. Já o processo de análise dos vídeos foi de cunho experimental, tomando como referência os trabalhos de Stadler (2019); Menegon (2013); Monteiro (2011). Vale destacar que a análise foi se adaptando às necessidades da pesquisa, tomando assim, um corpo próprio ao final do processo.

Quanto ao processo de sistematização, esta dissertação está estruturada em 4 capítulos. O primeiro apresenta a revisão bibliográfica focando no ensino de instrumentos musicais intermediado pelas TDIC – Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação- , perpassando pelo ensino isntitucionalizado até os espaços emergentes de aprendizagem como o *YouTube*. Também traz a fundamentação teórica que auxilia a compreender como o *YouTube* tem sido adotado para fins educacionais, como é a estrutura do site sob o ponto de vista social e técnico e, como a aprendizagem ocorre lá. O segundo capítulo busca descrever os processos metodológicos, explicando as ferramantas de análise e coleta de dados, além de pontuar as adequações feitas ao longo do percurso da pesquisa. O terceiro capítulo versa sobre os canais dos produtores que participaram da pesquisa, servindo para delinear o perfil de cada produtor, para saber suas concepções pedagógicas, os recursos didáticos etc. O quarto capítulo evidencia o lado de trás das câmeras, pontuando os processos de produção de vídeo, além de sugerir o *YouTube* como espaço profissional para o professor de música.



## 2 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS: PESQUISAS, DEFINIÇÕES, CONCEITOS

Este capítulo trata dos pressupostos teóricos da pesquisa, iniciando pela revisão de literatura e seguindo com a conceituação do *YouTube* como rede sociotécnica, bem como os estudos que contribuem para olhar para esse campo em seu potencial pedagógico musical.

A revisão de literatura é organizada por aproximação temática, tendo os quadros em ordem cronológica da publicação dos trabalhos. Através das relações entre as produções é possível acompanhar como a educação musical foi tratando as tecnologias digitais e, como o *YouTube*, aos poucos vem ganhando usos diversos na educação.

### 2.1 O ensino de música intermediado pelas tecnologias digitais em ambientes convencionais de aprendizagem

Ao todo, 14 trabalhos encontrados em anais e periódicos consolidaram esta seção da revisão. Parte deles foi produzida sob uma perspectiva da necessidade contemporânea de trazer os recursos tecnológicos para a educação, tanto no sentido de adaptação, quanto no sentido de estimular a utilização de tecnologias feitas exclusivamente para atividades musicais. Um ponto em comum desses trabalhos foi ênfase nas tecnologias digitais, mesmo que alguns autores tenham utilizando apenas o termo “tecnologias”, podendo remeter a um significado mais amplo. Através do quadro 1 é possível observar os autores e os anos das publicações, com o início em 2006, próximo ao ano de criação do *YouTube*:

**Quadro 1** - trabalhos sobre o ensino de música intermediado pelas tecnologias digitais

AUTORES	ANO	DOCUMENTO	ÁREA
Rodrigues	2006	Anais	Educação Musical
Mendes, Braga	2007	Anais	Educação Musical
Gohn	2008; 2010; 2013	Periódico	Educação Musical

Scotti, Ribeiro	2009	Anais	Educação Musical
Westermann	2010	Anais	Educação Musical
Cota	2015	Anais	Educação Musical
Santos Júnior, Figueirôa	2015	Anais	Educação Musical
Duarte, Marins	2015	Anais	Educação Musical
Cernev	2016	Periódico	Educação Musical
Beltrame	2014; 2018	Periódico	Educação Musical

Fonte: do autor, 2020

O ensino de instrumentos musicais fora dos espaços presenciais não é algo novo no Brasil (WESTERMANN, 2010, p.149), todavia, podemos considerar que os avanços tecnológicos, os avanços em inclusão digital são fatores que têm alterado a forma de estruturar e desenvolver esse ensino (WESTERMANN, 2010). Tais mudanças fazem com que os alunos, ou consumidores atuais sejam diferentes dos de décadas passadas e, isto exige um posicionamento diferente de quem pretende produzir conhecimento (ROSA, CASAGRANDA, SPINELLI, 2017). Além de saber ensinar, o professor atual deve saber atrair a atenção para ele, pois o aluno aprende de forma cada vez mais autônoma e independente (SANTOS JÚNIOR, FIGUEIRÔA, 2015).

O ensino de música tem sido realizado em diferentes espaços e, com ferramentas cada vez mais abrangentes. Isso tem despertado o interesse dos pesquisadores no meio acadêmico. De acordo com os trabalhos catalogados é possível notar uma necessidade de explorar a

capacidade de autonomia do aluno, pois as tecnologias digitais têm fornecido ferramentas que permitem maior facilidade de acesso à informação. Rodrigues (2006), por meio da criação do aplicativo *MusiTec*, proporcionou aos alunos a possibilidade de aprendizagem baseada na navegação. Os alunos tinham acesso ao “*software* educativo” e escolhiam o próprio caminho de aprendizagem, controlando “o fluxo das informações” e selecionando ferramentas sonoras para compor músicas (RODRIGUES, 2006, p.33). Nesse sentido, interpreto essa liberdade de escolha dos alunos e a possibilidade da criação de novos timbres como algo que já apontava para uma tendência da educação na era das tecnologias digitais. Vale destacar que o trabalho de Rodrigues (2006, p.35) expressa com clareza as tecnologias enquanto recurso, pois, de acordo com as palavras do autor, o uso do aplicativo poderia servir “como fonte para o aluno”, ou ainda, “usado pelo professor como ferramenta auxiliar”. O autor associa o uso da tecnologia para um tipo de aprendizagem construída em espaços formais, no entanto, atualmente há múltiplos espaços de aprendizagem criados por meio do desenvolvimento tecnológico.

Levando em consideração o desenvolvimento tecnológico, houve diversas experimentações no sentido de testar recursos aplicados ao ensino de música. Mendes, Braga (2007) buscaram problematizar o uso de tecnologias para melhorar a estruturação de uma oficina de violão a distância. Com a intenção de reconhecer ferramentas, de planejar e implementar um curso, de auxiliar professores a atuar no contexto *on-line*, os autores, ainda pensando em espaços convencionais de aprendizagem, tentavam minimizar as dificuldades vivenciadas em 2006. A dificuldade de acesso à tecnologia por parte da população era um desafio na época. Após 14 anos, alguns obstáculos ainda são vivenciados e, mesmo que a tecnologia esteja ficando mais acessível, desenvolver uma pedagogia musical, principalmente o ensino de instrumento, ainda é um desafio. De toda forma, o atual cenário é mais favorável para tais propostas.

Em 2015, Santos Júnior e Figueirôa fizeram uma adaptação de um curso presencial de clarineta para a modalidade EaD, através de um Ambiente Virtual de Aprendizagem numa plataforma *Moodle*. Os autores relataram que os avanços tecnológicos permitiram “aumentar a complexidade do ensino de instrumentos musicais a distância” e possibilitar uma “aprendizagem muito mais completa” (SANTOS JÚNIOR, FIGUEIRÔA, 2015, p.9). Nesse contexto, mesmo que os autores compreendam o ensino de instrumento “baseado no método tradicional”, o objetivo definido foi ensinar instrumento de sopro por meio de uma aprendizagem “colaborativa” e “compartilhada” (SANTOS JÚNIOR, FIGUEIRÔA, 2015, p.1-10), tais intenções parecem ter semelhança com características de aprendizagem encontradas em ambientes de ensino não presenciais, como o *YouTube*. O curso também contou com

recursos como mensagens de texto, *chats* e fóruns (SANTOS JÚNIOR, FIGUEIRÔA, 2015, p.5). Sendo assim, entendo que a estrutura pedagógica do curso pode ter sido influenciada por espaços da internet que não necessariamente foram projetados para a educação.

A intersecção entre espaços convencionais e não convencionais, de certo modo, foi também observada por Gohn (2008). O autor compreende que o *MySpace*, o *Orkut*, o *YouTube*, além de *blogs* e *websites*, implicaram em maior facilidade no “contato com novas músicas”, unir indivíduos em torno de um interesse comum, facilitar a autoaprendizagem e gerar espaço para a formação de novos professores (GOHN, 2008, p.117). Além disso, o autor afirma que as novas tecnologias fazem parte do cotidiano dos estudantes de música, independente dos espaços e, questiona a preparação dos professores para essa realidade (GOHN, 2008, p.118).

Após 12 anos o questionamento lançado por Gohn ainda necessita respostas. Nesse sentido, a pesquisa que desenvolvi, da qual esta dissertação é fruto, fomentou a discussão sobre professores de música na era digital, numa realidade onde os alunos são mais autônomos e possuem acesso facilitado à informação. Além de alunos com mais ferramentas de pesquisa, o ensino de música em espaços virtuais de aprendizagem musical, reúne indivíduos que “se apoiam”, que estão acostumados com a “dinâmica não linear” e com a cooperação e colaboração (SCOTTI, RIBEIRO, 2009, p.3). Desta feita, ajudar o aluno a desenvolver autonomia, conviver em comunidade e colaborar com os colegas, parece ser objetivos da educação de modo geral.

Além das comunidades virtuais, os avanços tecnológicos permitiram o desenvolvimento de espaços *on-line* para edição de partituras e para a produção musical (GOHN, 2010, p.166-117). Sendo assim, cada vez mais os professores de música foram tendo à disposição novas ferramentas tecnológicas para utilizar. No entanto, essa diversidade de recursos não significou necessariamente, para a educação musical, novas formas de conceber o ensino. Tanto que, como já citado, em 2015, Santos Júnior, Figueirôa optaram por adaptar um curso presencial de clarineta para a modalidade EaD e, de acordo com eles, embasados no ensino tradicional do instrumento. Contudo, se houve diversos avanços tecnológicos, por que não conceber uma nova pedagogia de ensino de instrumento, contextualizada com os avanços tecnológicos e com o perfil dos alunos da era digital? Sobre essas novas formas de concepção, Cernev (2016) reflete sobre o uso de aplicativos em sala de aula, com a intenção de desenvolver “novas formas de pensar e produzir música em todas as esferas, especialmente na sala de aula (p.13). A autora relata ter desenvolvido atividades musicais voltadas para que os alunos criassem “suas próprias estratégias de aprendizagem e construção do conhecimento musical (CERNEV, 2016, p.16).

Como foi visto, muitos autores compreendem a importância de buscar novas concepções para o ensino de música, inclusive Gohn (2013). Ao analisar as possibilidades advindas principalmente pelo desenvolvimento da conexão de banda larga da *internet*, o autor afirma que o *Skype*, o *Facebook* e o *YouTube* geram diversas possibilidades de vivências na era digital, abrindo caminho para “novas práticas educacionais na área de música” (GOHN, 2013, p.25). Além dos avanços dos softwares, dos computadores e da *internet*, a portabilidade dos aparelhos eletrônicos tem sido um grande auxílio no processo educacional (BELTRAME, 2014).

Mesmo com os avanços tecnológicos presentes, Duarte, Marins (2015) discutem possibilidades de utilização dos aplicativos para *tablets* e *smartphones* no ensino da música, levantando a questão da resistência por parte de alguns professores em romper com estratégias metodológicas já consolidadas. Todavia, os autores destacam que essas inovações tecnológicas já fazem parte do cotidiano de muitos alunos e, o professor precisa lidar com essa demanda. Além disso, os autores afirmam que no ensino de música há diversas adaptações, pois, aplicativos desenvolvidos para finalidades diversas podem ser ressignificados para o contexto pedagógico musical (DUARTE, MARINS, 2015, p.8). Sendo assim, diante de tantos avanços, questiona-se o porquê da transposição de práticas pedagógicas consolidadas no ensino presencial para o contexto on-line.

Considerando que a Educação Musical brasileira “contempla de forma incipiente o uso das tecnologias” (COTA, 2015, p.1), quais novos caminhos são possíveis? A pesquisa de Beltrame (2018) pode ser uma indicação de como aproveitar o contexto de produção musical numa cultura permeada por tecnologias digitais e aprendizagens colaborativas. Nesse sentido, as novas práticas musicais “emergem das práticas de produção musical” que, por sua vez, possibilitam aos indivíduos “novas formas de aprender e aprimorar seus conhecimentos musicais”, “aprendizagem entre pares”, maior “compartilhamento de música e de conhecimentos musicais” (BELTRAME, 2018, p.1-11).

De acordo com as contribuições dos autores citados nesta seção, um ensino de música contextualizado é aquele que dá autonomia ao aluno e oportuniza a descoberta de novos caminhos de aprendizagem. Além disso, compreendo que todas as mudanças relatadas, principalmente na educação, podem causar desconforto para alguns docentes. Porém, tais transformações parecem ser cada vez mais comuns, pois a tecnologia muda constantemente e de forma veloz, influenciando todo o contexto à nossa volta. Nesse sentido, mudanças constantes a partir de agora são normais, não temos mais, enquanto professores, o papel de saber tudo e ser a única fonte de conhecimento.

## 2.2 A formação do professor de música intermediada pelas tecnologias digitais

Como foi visto na primeira seção desta revisão, muitos pesquisadores investigaram e sugeriram formas de aprender música utilizando tecnologias, no entanto, foi possível observar que os trabalhos caminharam no sentido de utilizar a tecnologia como um recurso para aprender música. Nesta seção, os trabalhos apresentados abordam a tecnologia presente na formação do profissional da música, ou seja, ela deixa de ser exclusivamente um recurso para auxiliar nas atividades com alunos, servindo como meio que viabiliza a formação docente. Sendo assim, observa-se esforços das Instituições de Ensino Superior para ampliar maneiras de formar o profissional na área de música. O quadro 2 sintetiza os trabalhos que se enquadram nesta seção temática, incluindo livros, dissertações, anais e periódicos:

**Quadro 2** - trabalhos sobre a formação docente intermediada pelas tecnologias

AUTORES	ANO	DOCUMENTO	ÁREA
Baker (Austrália)	2012	Anais	Educação Musical
Nunes	2012	Livro	Educação Musical
Queiroz	2013a; 2017	Periódico	Educação Musical
Araldi	2013	Periódico	Linguagem, tecnologia e ensino
Santos, Mendes	2014	Anais	Educação Musical
Requião	2015	Periódico	Educação Musical
Malheiros	2015	Dissertação de Mestrado Profissional	Diversidade e Inclusão

Barros	2016	Tese	Educação
--------	------	------	----------

Fonte: do autor, 2020

A formação profissional institucionalizada tem adquirido novos formatos. Nunes (2012), através de um curso de formação de professores de música na modalidade EaD, ajuda a delinear fundamentos e prospecções para a formação docente nessa modalidade. A autora defende a formação de profissionais com autonomia intelectual, capazes de “articular teoria e prática de forma prazerosa” (NUNES, 2012, p.108). Além disso, a autora propõe que esses profissionais devem abordar a aprendizagem numa perspectiva de múltiplos caminhos, onde o ensino não pode ser “integralmente previsível nem preestabelecido” (NUNES, 2012, p.112). Ainda de acordo com a autora, essa formação só foi possível graças aos esforços empenhados pela equipe e pelas tecnologias da informação e comunicação.

Seguindo a linha da formação docente, Baker (2012) relata uma experiência de formação de educadores musicais feita completamente *on-line*. Segundo o autor, o desenvolvimento das tecnologias tem possibilitado diversas formas de aprender, proporcionando a criação de variados espaços de formação profissional, sendo inevitável negligenciar a formação de educadores musicais nesse contexto (BAKER, 2012, p.45). Nesse sentido, há uma necessidade de desenvolver “pedagogias apropriadas para o futuro” e “novas práticas para a formação de professores de música” (BAKER, 2012, p.45, tradução minha). Em alguns casos, a formação docente só é possível quando intermediada pelas TIC, ainda mais no contexto brasileiro onde nem sempre os professores têm formação para a disciplina em que atuam (FOLHA DE SÃO PAULO, 2020). Para amenizar esse problema, Requião (2015) propõe o ensino de música EaD como alternativa para capacitação de professores não especialistas em música, através de uma plataforma *Moodle*. Nesse sentido, através de diversos esforços o docente de música ganha opções e espaços para a qualificação profissional.

Além de espaços virtuais para a formação de professores de música, as discussões sobre todas as necessidades abordadas anteriormente estão chegando aos espaços presenciais. Seguindo essas necessidades, o termo “educação musical”, que já é amplo por natureza, passa a ser ainda mais abrangente no contexto atual, pois, segundo Queiroz (2013a, p.95), o termo representa “um campo diversificado de estudos, abrangendo quaisquer espaços sociais, situações e processos de transmissões musicais”. O autor defende que a escola, através de seus profissionais, possa dialogar de forma mais ampla com os saberes que os alunos adquirem fora do âmbito escolar (QUEIROZ, 2013a, p.104). Toda essa demanda gera diversas necessidades

a serem amenizadas pelo educador musical, tais como auxiliar o aluno a “compreender e organizar as informações disponibilizadas na internet”, assim como desenvolver a “habilidade de confrontar dados e buscar fontes confiáveis” (Araldi, 2013, p.4).

Concordando com Araldi (2013), os autores Santos e Mendes (2014) discutem sobre a formação do educador musical frente às inúmeras possibilidades geradas pelas TIC, afirmando que a formação deve ocorrer no sentido de preparar os educandos para uma “sociedade dinâmica”, sendo assim, a formação acadêmica deve auxiliar a “preparação tecnológica do educador” (SANTOS, MENDES, 2014, p.2-3). Devido às necessidades pedagógicas geradas a partir das TIC, há um notável aumento nas pesquisas do tema. Barros (2016, p.51) aponta para uma tendência de produções sobre o ensino de música EaD na formação docente, sinalizando vinte e sete produções nessa temática, do ano de 2009 até o ano de 2014. Através das pesquisas citadas é possível perceber o quanto a tecnologia influencia a educação e, como a partir delas, as práticas pedagógicas são reavaliadas.

Sobre as demandas pedagógicas contemporâneas, Malheiros (2015) identifica que a produção de vídeos educacionais é relevante, pois pode trazer protagonismo aos alunos, exercitar a “busca por informações”, além de “promover debates” e gerar comprometimento (MALHEIROS, 2015, p.9). Segundo o autor, tanto professores, quanto alunos devem estar presentes no processo de produção audiovisual, pois isso também contribui para a inclusão digital necessária para os dias atuais. Além das necessidades de ação que contribuem para um repensar metodológico, Queiroz (2017) propõe repensar a formação musical no século XXI, incentivando o desenvolvimento de uma sensibilidade para compreender o cenário atual da educação musical. Portanto, ao buscar entender como os produtores de vídeos de saxofone pensam o ensino no *YouTube*, os esforços são direcionados para pensar nossa atuação pedagógica na contemporaneidade.

### **2.3 O *YouTube* como ferramenta de aprendizagem**

Os trabalhos desta seção apresentam o *YouTube* como uma ferramenta da educação na era digital, independente da área de conhecimento. Entretanto, diferente dos trabalhos apresentados nas seções anteriores, percebe-se que poucos pesquisadores na área da música estão estudando sobre o tema. Mesmo considerando as diferentes abordagens dos pesquisadores, é possível notar que todos estão de acordo quanto a necessidade urgente de dominar a linguagem audiovisual para fins didáticos. O quadro 3 sintetiza os 10 trabalhos citados e suas respectivas áreas:



**Quadro 3** - trabalhos sobre o *YouTube* enquanto ferramenta de aprendizagem

<b>AUTORES</b>	<b>ANO</b>	<b>DOCUMENTO</b>	<b>ÁREA</b>
Kamers	2013	Dissertação	Educação, Comunicação e Tecnologia
Winter	2013	Dissertação	Letras
Santos	2014	TCC de Licenciatura	Artes
Santos	2014	Dissertação	Estudos de Linguagem
Souza	2014	TCC de Licenciatura	Música
Silva	2016	Dissertação	Educação
Silva, Pereira, Arroio	2017	Periódico	Educação, Ciências e Matemática
Silva	2017	Dissertação	Mídia e Tecnologia
Cernev	2017	Anais	Educação Musical
Mota	2018	Dissertação	Educação
Chaves	2019	Dissertação	Educação Brasileira

Fonte: do autor (2020)

Considerando as novas formas de comunicação e de aprendizagem proporcionadas pelas TIC, Kamers (2013) propõe a utilização do *YouTube* no cotidiano escolar, como ferramenta pedagógica para o ensino de física. Kamers propôs que conceitos físicos aplicados ao cotidiano dos alunos fossem explicados através de experimentos filmados, sendo possível editar o vídeo caso o experimento não saísse conforme o planejado. Dessa forma, o autor compreende que estava preparando os alunos para o futuro, incentivando-os a dominar o *YouTube*. Além disso,

o autor entende que na educação, o “mundo vivencial do aluno” deve ser trazido para a sala de aula (KAMERS, 2013, p.5). Nesse sentido, a forma de aprendizagem proposta pelo autor colabora para a diminuição da relação “transmissionista” que predomina no ambiente escolar, além de resultar no desenvolvimento de habilidades cada vez mais necessárias nos dias de hoje: saber pesquisar um assunto, trocar ideias e trabalhar em grupo, ser capaz de criar e compreender os limites da coautoria, trabalhar com projetos, fazer um trabalho de excelência (KAMERS, 2013, p.157).

Com intenção semelhante a Kamers (2013, Winter (2013) analisou como o *YouTube* pode incentivar os alunos a aprender uma língua estrangeira. Ao trabalhar com o site na sala de aula, a autora defende que há um estímulo para a cooperação entre os alunos e para as divisões de responsabilidades (WINTER, 2013, p.20). Buscando um diálogo com os autores que já citei, esse direcionamento da autora também contribui para o desenvolvimento da autonomia, tão desejada na educação contemporânea. Winter (2013) realizou uma intervenção em sala de aula, avaliando como os alunos verbalizaram textos através da linguagem audiovisual. Desta forma, a autora buscou dar protagonismo aos alunos, demonstrando uma forma de trabalhar com tecnologia no contexto escolar. Ainda segundo Winter (2013, p.50), se faz necessário aproveitar as habilidades que os alunos já dominam, como: a capacidade de se expressar através de áudios, imagens e vídeo. Nesse sentido, a autora sugere que essas habilidades estejam sendo subaproveitadas pelo modelo educacional atual.

Ainda nessa linha de aproximação com a realidade do aluno, de novos caminhos para a aprendizagem, Silva (2016) propõe que as videoaulas do *YouTube* fazem parte dessas novas formas de aprender e de estudar conteúdos curriculares, configurando uma “fusão” entre a cultura escolar e a cultura da internet. O autor associa novas possibilidades de aprendizagem ao perfil “ciborgue” da juventude atual. Nesse sentido, a “aprendizagem ciborgue” é um termo que remete ao “uso de recursos digitais que antes não eram utilizados e torná-los parte do processo de aprendizagem, modificando a forma de pensar e entender conteúdos curriculares” (SILVA, 2017, p.50). Nesse contexto, os vídeos do *YouTube* fazem com que o professor não seja o primeiro a fornecer informações sobre determinados assuntos, pois o acesso facilitado de informações permite que os alunos aprendam através de diversos canais do site (SILVA, PEREIRA, ARROIO, 2017, p.52).

Todas essas contribuições da tecnologia só são possíveis através do acesso a ela e, Silva (2016), faz uma ponderação, pois nem todos os jovens possuem acesso às tecnologias, mas, desenvolvem ferramentas de aprendizagem fora do contexto digital (SILVA, 2016, p.154). Apesar de compreender que o acesso não é possível a todos, o autor entende que utilizar

videoaulas do *YouTube* é uma forma de deixar o aluno no controle do tempo de aprendizagem (SILVA, 2016, p.154). De acordo com Silva (2016, p.155), a inserção de tecnologias digitais no cotidiano escolar é uma forma de diminuir o distanciamento entre o que acontece dentro e fora da sala de aula, algo que tem sido muito recorrente nos trabalhos apresentados nesta revisão. Sustentando essa visão, o autor Chaves (2019) também sugere a utilização do *YouTube* para a “renovação” do ensino de geografia, demonstrando que os pesquisadores atuais não estão satisfeitos com o modelo educacional vigente.

Santos (2014) acredita que há uma supervalorização do que acontece entre “as paredes da sala de aula” em detrimento do ensino praticado fora (SANTOS, 2014, p.87), também demonstrando descontentamento com o subaproveitamento das tecnologias digitais na educação. Sendo assim, a autora desenvolveu uma proposta pedagógica baseada em mídias sociais como o *YouTube* e o *Facebook* na sala de aula, trabalhando numa perspectiva da “educomunicação”, questionando o papel do professor “frente às novas tecnologias” (SANTOS 2014, p.15). Ao incluir as mídias sociais no ato educativo, a autora levanta uma questão relevante, a qual associa a um dos possíveis motivos para a aceitação da função pedagógica do *YouTube*, significando que, é criado um ambiente onde o saber não é “hierarquizado” (SANTOS, 2014, p.17).

Considerando que os ambientes de aprendizagem na internet podem ser diferentes do convencional, com relações menos hierarquizadas, existe a questão de elementos comuns à cultura juvenil. Isso proporciona um ambiente que gera identificação de quem procura aprender algo. Esta ideia é sugerida pelo autor Ciro Santos (2014), indicando que novas formas de manifestações culturais a partir da internet, como seriados, filmes, animes, jogos eletrônicos etc., são comuns ao cotidiano dos alunos. Criando assim, um ambiente não formal, mais descontraído e, que pode possibilitar mais diálogo.

No ensino de música, o *YouTube* e outras mídias estão ganhando cada vez mais adeptos. Cernev (2017), por exemplo, investigou como licenciandos em música têm usado as mídias sociais para construir conhecimento. No entanto, apesar de utilizarem essas ferramentas para fins pessoais, a autora identificou certa dificuldade dos licenciandos aplicar essas ferramentas no cotidiano profissional, vislumbrando possíveis usos pedagógicos (CERNEV, 2017, p.10). Concordando com a autora, Mota (2018), por meio de um curso de formação de professores, incentivou profissionais da educação a criar vídeos pedagógicos e publicá-los no *YouTube*, compreendendo que o afastamento de sites dessa natureza impede que trabalhos efetivos com tecnologia sejam feitos em sala de aula.

Sobre o desenvolvimento de habilidades musicais, Souza (2014) abordou o *YouTube* como ferramenta pedagógica para o ensino de guitarra. O autor destaca a possibilidade de desenvolver a autoaprendizagem, de acessar com facilidades conteúdos musicais e de aprender um instrumento sem professor presencial. O excesso de informação é algo que pode atrapalhar os aprendizes (SOUZA, 2014, p.17), no entanto, o *YouTube* facilita o acesso à palestras, *workshops*, *shows* etc. Dessa forma, Souza (2014, p.17) conclui que o *YouTube* tem potencial para ser uma ferramenta pedagógica no ensino de instrumentos, possuindo espaço de interação através dos comentários. Todavia, aprender no site pode ser mais útil para músicos experientes que necessitam de aprimorar suas técnicas, do que músicos iniciantes que precisam aprender fundamentos (SOUZA, 2014, p.17).

Silva (2017), propõe uma estratégia de apoio de ensino da Educação Musical, no contexto da Educação Básica para professores não especialistas em música, utilizando “Tecnologias Midiáticas”, a saber: objetos e jogos digitais disponíveis aplicados à educação; “Rived”; “vídeos do *YouTube*”. A autora aborda sobre o potencial de vídeos do *YouTube* para o ensino de música, listando diversos conteúdos que abrangem várias áreas do conhecimento musical, como história, notação e leitura, tutoriais de instrumentos entre outros. O *YouTube* é, portanto, “uma rica fonte de pesquisas que contribui para a democratização do conhecimento” e, nesse sentido, o professor é responsável por escolher os conteúdos de acordo com os objetivos que pretende alcançar (SILVA, 2017, p.81). Apesar de apoiar a utilização das tecnologias na educação, a pesquisadora faz uma reflexão quanto ao equilíbrio desse uso, pois não se trata de substituir um modelo pelo outro, mas, de proporcionar “novos ambientes instrucionais”, e que “despertam o interesse pela musicalização”, com diversas ferramentas lúdicas (SILVA, 2017, p.156).

A ponderação trazida por Silva (2017) é algo que também busquei nesta pesquisa, pois, nos eventos científicos em que participei, não foram raras as vezes em que me questionavam sobre a eficácia do ensino de instrumentos pelo *YouTube* ou pelo ensino remoto. Perguntas do tipo “realmente funciona?”, “vai substituir o ensino convencional?” foram recorrentes. No entanto, se olharmos para o desenvolvimento tecnológico no nosso cotidiano, podemos perceber que não deixamos de ir ao cinema por conta das plataformas de *streaming*, não deixamos de encontrar amigos e familiares por conta das chamadas de vídeos, os livros físicos não desapareceram por conta dos *e-books* etc. No meu entender, o mais importante disso tudo são os novos significados e as novas possibilidades de resoluções de problemas. Nesse caso, independente da escolha em aproveitar ou não essas possibilidades, elas já fazem parte do nosso cotidiano.

## 2.4 O *YouTube* como espaço pedagógico independente

Uma das propostas desta pesquisa foi tornar perceptível os espaços pedagógicos dentro do *YouTube*, ou seja, o *YouTube* como um espaço de aprendizagem. Ao observar a literatura catalogada, é possível notar como esse movimento pedagógico dentro do site tem chamado a atenção dos pesquisadores. Através do quadro 4 é possível perceber pesquisadores da área de Educação Musical, juntamente com pesquisadores das áreas de Educação e da Comunicação, buscam meios para compreender o *YouTube* como espaço pedagógico independente:

**Quadro 4** - trabalhos sobre o *YouTube* enquanto espaço de aprendizagem

AUTORES	ANO	DOCUMENTO	ÁREA
Juhasz (Holanda)	2008	Anais	Cultura de Rede
Paz	2010	Dissertação	Comunicação e Cultura Contemporânea
Monteiro	2011	Dissertação	Cultura Contemporânea
Waldron (Inglaterra)	2011	Periódico	Música, Tecnologia e Educação
Pinheiro	2012	Dissertação	Educação Musical
Whitaker, Orman, Yarbrough (EUA)	2014; 2016	Anais	Educação Musical
Tolentino (EUA)	2016	Tese	Filosofia no Design de Aprendizagem e Tecnologia
Ferreira	2018	Mestrado Profissional	Inovação Tecnológica

Lourenço	2019	anais	Educação
Stadler	2019	Mestrado Profissional	Educação e suas tecnologias
Marques, Beltrame	2019	Anais	Educação musical

Fonte: do autor, 2020

Como preestabelecido nas seções anteriores, o *YouTube* é abordado nesta pesquisa como um espaço pedagógico, com propostas e estruturas diferentes dos ambientes de aprendizagem utilizados no ensino formal e institucionalizado. Sendo assim, não é efetivo, dentro da proposta desta pesquisa, esperar que o site tenha todas as ferramentas de um Ambiente Virtual de Aprendizagem convencional. Sobre essa comparação, o trabalho de Juhasz (2008), mostra as percepções que um professor pode ter se não enxergar o *YouTube* como um lugar alternativo de aprender. A pesquisadora holandesa criou uma sala de aula virtual que funcionava quase 100% através de interações no *YouTube*. O trabalho é bem datado, principalmente por abordar tecnologia e, a estrutura do site em 2008 era bem diferente da qual conhecemos hoje. Considerando esses fatores, Juhasz (2008) observou potencial pedagógico no site, todavia, através da sua experiência na plataforma, concluiu que o ambiente não era favorável para a educação (JUHASZ, 2008, p.139).

Os principais pontos negativos citados pela pesquisadora foram a desorganização causada pela limitação na comunicação, a dificuldade de reter a atenção dos alunos, além de relatar que o funcionamento do site foi um obstáculo para ela e para os alunos. Por fim, Juhasz (2008, p.139) compreende o *YouTube* como um bom entretenimento, mas, para a educação os recursos disponíveis eram “pobres”. A opinião da pesquisadora contrasta com a de muitos outros que já foram citados neste trabalho, pois a capacidade de entretenimento pode ser aliada às propostas educativas, facilitando que o interesse seja despertado no aluno.

Buscar ferramentas para um ensino institucionalizado e com alto grau de sistematização, caminha em rumo contrário às possibilidades proporcionadas pelo site. Não basta apenas termos novos recursos, precisamos também criar novas maneiras de conceber o ensino. Juhasz (2008), mesmo tentando explorar o lado colaborativo da plataforma, não via de forma positiva a impossibilidade de controlar a conversação. Porém, de acordo com o que é percebido hoje, o

*YouTube* é efetivo para o ensino assíncrono, mesmo que tenha a possibilidade dos vídeos ao vivo.

Embora os pontos citados pela a autora sejam legítimos, observo que a “bagunça” nas mensagens faz parte da maneira de aprender na era digital. Mesmo que um usuário tente ajudar outro e, ao fazer isso, forneça uma resposta errada, quando o professor/produtor intervir, não terá ocorrido uma colaboração? Vale ressaltar que o *YouTube* não foi criado para fins educativos, essa significação foi gerada pelos próprios usuários. Se a discussão for direcionada para essa função educativa, por mais que o *YouTube* possua ferramentas tecnológicas que justifique fins educacionais, alguns outros sites podem fornecer uma infinidade de recursos que permitem interação ainda mais efetiva, como o contato “face-to-face” (TOLENTINO, 2016, p.102). Desse modo, é preciso ter a clareza das funções de cada espaço, aproveitando o que cada um tem de melhor, de acordo com os objetivos estabelecidos.

Dentro da ideia de colaboração, algo muito presente na cultura participativa, Paz (2010) discute acerca da comunicação e dos processos colaborativos no *YouTube*. Na percepção da autora, o *YouTube* é responsável por um dos maiores acervos informacionais coletivo e imaterial da atualidade. Paz (2010) contrasta em opinião com Juhasz (2008), quanto ao processo de comunicação, pois, enquanto a pesquisadora holandesa via como desorganização, Paz (2010, p.22) entende que “os ambientes das mídias digitais favorecem tal processo informacional e comunicativo”. A autora ainda complementa que “várias aplicações e aglomerados de pessoas e entidades se retroalimentam, comunicacionalmente, gerando conteúdos e vínculos sociais que fomentam as experiências comunicacional e social” (PAZ, 2010, p.24). Além disso, a base de redes sociais como o *YouTube* é a colaboração, pois “[...] a plataforma fornece meios de sociabilidade e de produção à sua comunidade de usuários e estes produzem o conteúdo e a dinâmica necessários para o desenvolvimento e expansão” (PAZ, 2010, p.135). Sendo assim, esse alto fluxo de mensagens ajuda a expandir a própria comunicação dos usuários, espalhar o conteúdo e propagar ainda mais o site.

Tendo em vista a popularização do *YouTube*, o processo de comunicação e a estrutura do site, Whitaker, Orman, Yarbrough (2014) realizaram um estudo sobre vídeos de educação musical postados no *YouTube*, chegando a conclusão de que o site pode proporcionar um ambiente vantajoso para o ensino e a aprendizagem musical (WHITAKER, ORMAN, YARBROUGH, 2014, p.56). Após realizarem uma análise de 1.761 vídeos, as autoras encontraram diversas publicações que se relacionam com a educação musical, sendo que a maioria desses vídeos eram tutoriais, os quais são definidos por elas como “vídeos instrucionais

sem a presença do aluno” (WHITAKER, ORMAN, YARBROUGH, 2014, p.55, tradução minha).

Observar o *YouTube* como um espaço favorável para o ensino de música é algo que já havia sido feito por Monteiro (2011). O pesquisador, ao buscar compreender como os alunos do Instituto Federal do Mato Grosso aprendiam música, descobriu que todos os participantes daquela pesquisa utilizavam vídeos do *YouTube* para aprender ou complementar alguma técnica musical. Nesse sentido, o pesquisador analisou 5 vídeos escolhidos pelos alunos e, compreendeu que os vídeos eram curtos para agradar aos usuários, apresentavam informações “frágeis” e, de forma geral, possuíam mais intenção mercadológica do que pedagógica (MONTEIRO, 2011, p.72-83). Levando em conta as interpretações do pesquisador, compreendo que há uma dualidade na pesquisa, pois, como afirmam Whitaker, Orman, Yarbrough (2014, p.55, tradução minha): “Vender um produto não é a proposta do *YouTube*; entretanto, os usuários são livres para fazer essa escolha”. Nesse sentido, compreendo que uma intenção não anula a outra, pois é possível ensinar algo e, ainda sim, despertar o interesse de alguém em adquirir um produto ou serviço.

Contribuindo para legitimidade do *YouTube* enquanto espaço pedagógico, Waldron (2011) faz um estudo sobre a comunidade *Online Academy of Irish Music*, investigando estruturas, abordagens e teorias sobre o ensino de música no *YouTube*. Nesse sentido, a autora afirma que esse tipo de instrução faz parte do cotidiano das pessoas, sendo assim, pesquisadores da área de educação musical precisam continuar estudando para ampliar a compreensão sobre quais caminhos estão sendo trilhados para ensinar e aprender música (WALDRON, 2011, p.197).

Apesar de muitos cientistas demonstrarem interesse no potencial pedagógico do *YouTube*, sobretudo como um espaço alternativo, contextualizado e ligado às demandas emergentes, ainda há pesquisadores que buscam uma comparação entre o que há no site e o que há fora, julgando a efetividade do que é ensinado na plataforma. Compreendo que esta avaliação constante é legítima, mas não pode ser direcionada apenas para contextos não convencionais de ensino. O trabalho de Ferreira (2018) trata de uma comparação entre estratégias de estudos divulgadas por estudantes no *YouTube*, que ao assumir esse papel, passam a ser considerados instrutores e, seus seguidores passam a vê-los, de certa forma, como professores. Nesse sentido, a autora afirma que o ensino ocorre a partir de experiências pessoais e, os produtores dos vídeos divulgam as estratégias como “[...] verdades absolutas, que podem ser reproduzidas de forma generalizada, desconsiderando contextos e peculiaridades” (FERREIRA, 2018, p.8). A pesquisadora afirmou ter encontrado poucas estratégias “de alta efetividade”, e que é notável o



“conhecimento superficial e empírico” dos produtores analisados (FERREIRA, 2018, p.105). Ferreira também critica o apelo comercial de alguns vídeos, ao sugerir que muitas empresas utilizam o ensino como pretexto para “promover marcas ou vender produtos” (FERREIRA, 2018, p.106). Contudo, por conta do crescente interesse em explorar o lado pedagógico do *YouTube*, acredito que essas críticas fazem parte do processo de estudo da plataforma.

Se de um lado há pesquisadores que não enxergam tanta eficiência no potencial pedagógico do *YouTube*, de outro, há quem seja otimista. Stadler (2019) demonstra tanto apoio ao *YouTube* que, o objetivo geral da pesquisa dela é “apresentar boas práticas para a produção de vídeos educativos para compartilhamento na plataforma *YouTube*” (p.2), tomando previamente que a linguagem adotada por professores do site é “boa”. A autora afirma que a efetividade da linguagem adotada tem precedente em outros tipos de comunicações já consolidados e de eficácia comprovado, com elementos da comunicação presentes no cinema, na TV e no rádio (STADLER, 2019, p.63-66). Na concepção de Stadler, as práticas pedagógicas dentro do *YouTube* têm sido tão efetivas que, devem ser tomadas como exemplo para a educação em contextos formais, como a EaD (STADLER, 2019, p.148).

Ponderando entre aceitação do potencial do *YouTube*, ou a falta dela, minha pesquisa defende o *YouTube* como uma alternativa possível para o ensino de música. Não é a intenção sugerir que um ensino é melhor do que outro, mas, são dois caminhos que podem ser escolhidos e, pela difusão do ensino de música, teremos mais benefícios do que prejuízos. Além disso, como sugere Pinheiro (2012. p.9), o *YouTube* tem contribuído para a criação de um espaço inclusivo, algo que tem sido discutido na educação contemporânea.

Trazendo o *YouTube* como um espaço pedagógico para o ensino de música, é possível identificar aprendizagens sendo construídas no ambiente. Um exemplo disso é a pesquisa de Marques, Beltrame (2019), sobre as dimensões pedagógico-musicais presentes na produção de conteúdo do canal da sueca Julian Westlin no *YouTube*. Os pesquisadores, a partir da observação da performance da cantora, separam conteúdos relacionados à área de canto que podem ser apreendidos nos vídeos, como divisão de vozes, vocalizações, formas de arranjar uma música entre outros (MARQUES, BELTRAME, 2019, p.7). É um trabalho que toma o *YouTube* como campo empírico, de forma semelhante ao proposto pela pesquisa desta dissertação.

Em trabalho anterior (LOURENÇO, 2019), escrevi sobre tutoriais de saxofone no *YouTube*, apontando que a relação de ensino é permeada por aspectos técnicos da plataforma, pedagógicos dos produtores e de reconhecimento, do prestígio que os usuários dão aos produtores. Ainda nesse sentido, Whitaker, Orman e Yarbrough (2016) observaram de que

forma os parâmetros de avaliação de vídeos no *YouTube* (número de visualizações, de comentários, de *likes* e *deslikes*) afetam a percepção dos usuários em vídeos de educação musical. O estudo foi de natureza experimental, envolvendo um grupo onde os participantes teriam acesso a vídeos bem avaliados e, outro grupo, onde os usuários teriam acesso a vídeos com os parâmetros de avaliação indicando aspectos negativos (baixa interação, pouca visualização, poucos *likes*). As autoras concluíram que os usuários tinham a tendência de aceitar melhor um vídeo que já possuísse validação por meio da comunidade do *YouTube*, além disso, o ponto que mais chamava a atenção deles era a quantidade de comentários positivos, indicando a relevância do engajamento entre usuários e produtores.

Como constatado por meio da literatura apresentada, tem sido comum encontrar pesquisas que se utilizam do *YouTube* como um recurso didático, como ferramenta para complementar a aula ou algum curso, nos formatos já conhecidos. No entanto, foi possível constatar que as pesquisas na Educação Musical ainda não contemplam com profundidade esse ensino de música emergente que ocorre pelo *YouTube* e no *YouTube*. Outra tendência observada foi o antagonismo em oposição ao entusiasmo, mostrando que é necessário pesquisar com mais profundidade sobre o assunto para desfazer possíveis preconceitos ou deslumbres.

O fenômeno do *YouTube* tem instigado educadores a levantar diversos questionamentos, fazendo-os repensar sobre o papel do professor na era digital, sobre os limites da sala de aula e sobre o modelo educacional vigente em diversos contextos. Ao ler esses trabalhos senti-me provocado e, pretendo que as minhas inquietações possam contribuir para ampliação do conhecimento sobre o ensino de saxofone no contexto on-line, partindo dos brasileiros que produzem vídeos pedagógicos no *YouTube*, conhecendo suas concepções pedagógicas, além de compreender quais conhecimentos necessários para ser didático nessas situações, assim como os caminhos possíveis para a construção desses conhecimentos.

## **2.5 *YouTube*: uma plataforma em constante processo de mudança**

O *YouTube* é um dos sites mais acessados no mundo, praticamente um terço dos usuários de toda a internet o acessam diariamente, assistindo cerca de um bilhão de horas; o principal público se configura por usuários que têm entre 18 e 34 anos de idade (*YOUTUBE*, 2018). Devido à relevância do site para a web 2.0, autores como Serrano, Paiva (2008); Burges, Green (2012) têm estudado sobre ele, além de buscar compreendê-lo em suas múltiplas faces.

O *YouTube* pode ser visto como “uma mídia digital fundamentada na cultura participativa, e baseada em compartilhamentos de conteúdos audiovisuais” (MARQUES,

BARRETTO, 2016, p.5). O site também pode ser compreendido como “uma ferramenta de publicações de vídeos disponível no ciberespaço com acesso irrestrito, descentralizado e interativo” (SERRANO, PAIVA, 2008, p.1). No entanto, uma das principais características do *YouTube* presente nesta pesquisa, se constitui de tal maneira que ressignifica o papel dos usuários, tanto de quem produz conteúdo, quanto de quem os consome. Com isso, me refiro ao caráter dinâmico da plataforma.

Enquanto objeto de estudo, o *YouTube* é visto como “particularmente instável, marcado por mudanças dinâmicas (tanto em termos de vídeo como de organização) [...]” (BURGESS, GREEN, 2009, p.23). Ao que sugere Burgess, Green (2009, p.32), esse caráter volátil da plataforma se dá principalmente pela interferência de seus usuários. Mesmo que, no início de sua criação, o site tenha sido criado para ser um repositório de vídeos, onde os usuários poderiam hospedar registros audiovisuais de momentos entre familiares, passeios etc., atualmente, percebe-se que há inúmeras possibilidades dentro da plataforma. Por exemplo, se alguém quiser apenas guardar registros da sua vida cotidiana, basta armazenar o vídeo desejado e, escolher entre publicar ou apenas armazenar de forma particular, sem que outros usuários possam ter acesso. Se um indivíduo quiser utilizar o *YouTube* como um acervo onde é encontrado diversos clipes, faixas e álbuns musicais, também é possível (MOSCHETTA, VIEIRA, 2018). Graças a essa flexibilidade, pessoas estão utilizando o *YouTube* como um espaço para difundir o ensino de música, como é o caso dos participantes desta pesquisa. Sendo assim, se há quem queira ensinar, também há quem queira aprender. Isso indica o quanto as pessoas conseguem redirecionar a estrutura do site, além disso, mostra a relação entre a vontade dos usuários e, os desígnios articulados pela inteligência artificial, formando o que Salgado (2016) trata como rede sociotécnica.

## **2.6 O *YouTube* enquanto rede sociotécnica**

Ao que indica Gillespie (2010, p.1), sites como o *YouTube* geralmente se posicionam de forma cuidadosa em relação às pessoas que utilizam deles, pois, costumam agregar clientes, anunciantes, formadores de opinião e pessoas que não têm um papel bem estabelecido dentro da rede. Sendo assim, a postura do *YouTube* de querer agradar o maior número de pessoas é algo desafiador de se manter, devido aos diferentes propósitos e pensamentos dos usuários.

Para manter sua estrutura de funcionamento, de forma semelhante à diversas plataformas, o *YouTube* é constituído principalmente por uma dimensão computacional, por uma de arquitetura, por uma dimensão figurativa e, por uma dimensão política (GILLESPIE,

2010, p.3-4). Dentro da discussão desta seção, é fundamental a compreensão sobre as dimensões computacional, de arquitetura e figurativa.

De acordo com Gillespie (2010, p.3), a dimensão computacional engloba toda uma “infra-estrutura” feita para suportar tanto *hardwares* como computadores, dispositivos móveis, quanto sistemas operacionais. A dimensão de arquitetura, ou “arquitetural”, diz respeito a uma “estrutura de base para ações e operações específicas [...]” (GILLESPIE, 2010, p.3, citado por SALGADO, 2016, p.3). Já a dimensão figurativa, existe principalmente por conta das dimensões anteriores, traduzindo-se em um ambiente que funciona a partir de uma estrutura preestabelecida, mas que, permite aos usuários agir de acordo com as condições geradas pelo meio ou, agir numa direção não necessariamente prevista pela estrutura (SALGADO, 2016, p.3; GILLESPIE, 2010, p.4). Como afirmam Burgess, Green (2009, p.90), muitas ações dos usuários, entre elas, destaco o processo de colaboração e aprendizagem, ocorrem “dentro de uma arquitetura que não foi planejada em primeira instância para participação colaborativa ou coletiva”. Sendo assim, de acordo com Salgado (2016); Burgess, Green (2009); Gillespie (2010), é possível interpretar que boa parte das ações dos usuários não estavam nos planos dos desenvolvedores do site. No entanto, é justamente essa tensão entre elementos humanos e não humanos que constituem o *YouTube* como uma rede sociotécnica.

Como foi visto, o *YouTube* é formado por seus usuários e pela estrutura técnica do site. De acordo com Salgado (2016): o site disponibiliza espaço que as pessoas criem conteúdos audiovisuais; uma vez que um vídeo está disponibilizado publicamente na plataforma, o acesso está liberado a todos os usuários; ao assistir um vídeo, curtir/descurtir, comentar, compartilhar, o usuário cria informações, interpretadas pela plataforma como uma espécie de “rastro digital”; os rastros digitais permitem que a plataforma, através de seus algoritmos, identifiquem o perfil do usuário, indicando o que ele “deve” e ocultando o que ele “não deve” assistir:

Quando um vídeo aparece para nós na página inicial do *YouTube*, recomendado por seu algoritmo, tendemos a clicar nele e a visualizar seu conteúdo. Essa ação por sua vez, pode nos levar a nos inscrevermos no canal ao qual o vídeo pertence, ação essa que tende a aumentar o número de visualizações **aumentando a popularidade do canal produtor de conteúdo** e assim sucessivamente (SALGADO, 2016, p.11. Grifo do autor).

Em princípio, todos os usuários devidamente cadastrados são livres para enviar vídeos para o *YouTube*; no entanto, as diferenças de aceitação e alcance do conteúdo basicamente definem quem é o usuário comum e quem é o *youtuber*. Ao que indicam Santos, Salgado, Arruda, Lira (2018); Marques, Barretto (2016); Lissa (2015), um *youtuber* difere de um usuário comum por ter um alto número de pessoas que consomem com frequência os conteúdos

produzidos, por serem extremamente carismáticos e divertidos, por conseguirem criar engajamento com seu público e, por produzir uma grande quantidade de conteúdos com disciplina periódica.

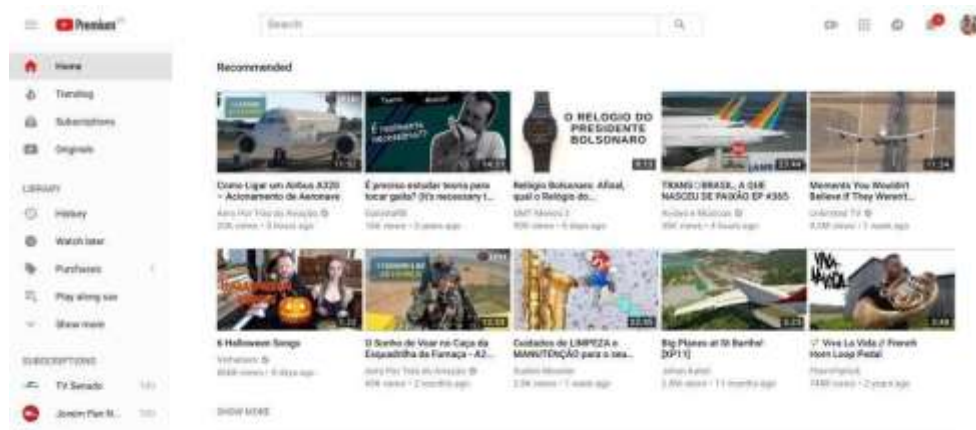
As características, ou exigências para ter notoriedade dentro do *YouTube*, talvez indiquem o perfil do professor de música nesse contexto, pois, além de desenvolver habilidades pedagógicas necessárias para o exercício da docência, necessitam construir uma imagem agradável aos usuários. Desta forma, quem quiser ser influente dentro da plataforma precisa: criar um conteúdo que atraia outros usuários; conseguir alcançar o maior número de pessoas; obter reconhecimento, respeito, empatia e fidelidade. Todavia, produzir e, principalmente propagar conteúdo numa plataforma como o *YouTube* é uma tarefa complexa. Isso porque as diferenças de recomendações se dão por elementos não humanos que condicionam: “quantas visualizações cada vídeo e cada canal terá; o sucesso de canais focados em conteúdos específicos, [...] novos canais sem acesso a dados dos públicos levarão bastante tempo para crescer” (SALGADO, 2016, p.13). Para ilustrar o processo de recomendação automática do *YouTube* observe as imagens 1, 2 e 3:

**Imagem 1** - captura da tela inicial do *YouTube* (usuário 1)



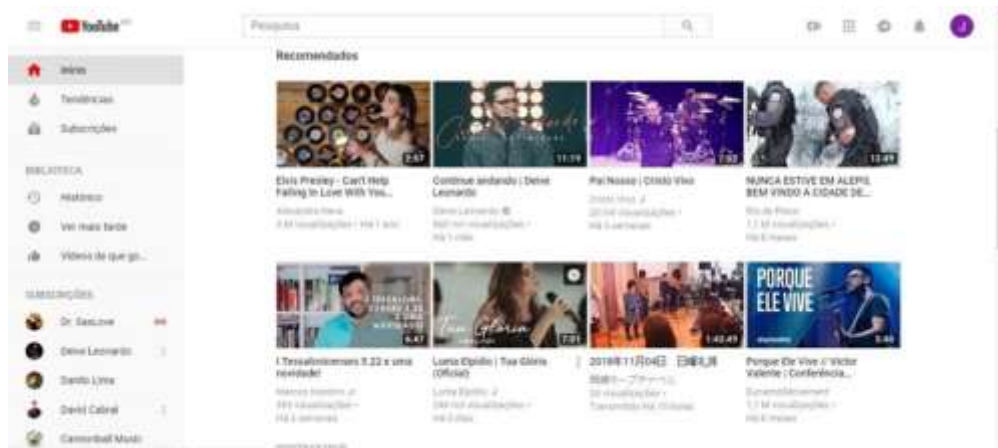
**Fonte:** do autor, 2018

**Imagem 2** - captura da tela inicial do *YouTube* (usuário 2)



**Fonte:** do autor, 2018

**Imagem 3** - captura da tela inicial do *YouTube* (usuário 3)



**Fonte:** do autor, 2018

Através das capturas de tela apresentadas é possível notar que, mesmo partindo de um ponto comum para todos os usuários, a página inicial do site, o conteúdo que é oferecido muda conforme o perfil do usuário, mesmo que eles tenham gostos semelhantes. Nas imagens apresentadas, 3 alunos de saxofone fizeram a captura da tela inicial do *YouTube*. Desse modo é possível perceber o *YouTube* enquanto um lugar complexo, onde o usuário que tiver a sensibilidade de compreender como a plataforma funciona pode ter mais facilidade em aprender ou, produzir conteúdos que despertem o interesse das pessoas.

## 2.7 A informação, o estudante e o professor dentro do *YouTube*

Com base na literatura disponível, as reflexões feitas até agora indicam que o *YouTube* é um ambiente repleto de informações e, que é possível aprender fazendo uso do conteúdo disponível na plataforma. Nesse contexto, vale mencionar que a informação disponível no

*YouTube*, por sua vez, inserido no ciberespaço, é digitalizada e, “se reproduz, circula, se modifica e se atualiza em diferentes interfaces [...]”, estando disposta em “imagens, gráficos, textos [...]” (SILVA, PESCE, ZUIM, 2010, p.34). Devido ao fluxo informacional na plataforma e, à maneira como as informações estão dispostas, a aprendizagem nesse ambiente se torna desafiadora. Além disso, o desafio não se volta apenas para quem busca informação, mas também, para aquele que a produz, pois, como argumentou Salgado (2016), é possível que um conteúdo, mesmo que produzido efetivamente, fique oculto dentro do site.

Uma das características mais relevantes do *YouTube* enquanto lugar de aprendizagem é a não linearidade das informações. Se um usuário pode digitar o que quiser na barra de pesquisa do site, isso significa que ele não é obrigado a aprender algo de forma sequencial, obedecendo hierarquias preestabelecidas de organização sobre determinado assunto. Enquanto saxofonista, aprendi que para tocar saxofone, se faz necessário, em primeiro lugar aprender a respirar, aprender a produzir som, aprender articular, aprender as escalas e arpejos. Entretanto, se um usuário decide começar pelo que seriam os “últimos passos”, ou seja, as notas agudíssimas, os efeitos e técnicas expandidas do instrumento, é possível, embora não seja usualmente recomendado.

Se de um lado a falta de linearidade pode dificultar o aprendizado de um músico iniciante, por outro, pode agilizar a aprendizagem de um estudante que sabe exatamente o que está procurando e, quer apenas resolver um problema musical específico. A informação dentro do *YouTube*, o conhecimento, estão disponíveis basicamente em forma de *menu*, como um catálogo não tão organizado que, dá o direito de escolha a quem sabe encontrar o que deseja. Esta configuração de informação também pode servir para repensar concepções pedagógicas estabelecidas, pois Lévy (2010, p.160) nos encoraja a “preferir espaços de conhecimentos emergentes, abertos, contínuos, em fluxo, não lineares, se reorganizando de acordo com os objetivos ou os contextos, nos quais cada um ocupa uma posição singular e evolutiva”. Portanto, o sujeito que aprende dentro do site tem acesso a uma educação dinâmica e centrada nas próprias decisões.

A característica dinâmica da educação no contexto *on-line*, ocorre, principalmente por conta da dependência do “movimento comunicacional e pedagógico dos sujeitos envolvidos para garantir a interatividade e da cocriação” (SILVA, PESCE, ZUIM, 2010, p.47). Essa característica costuma privilegiar indivíduos com certo perfil e, de acordo com esses autores, o indivíduo que aprende na *internet*

gosta de agir de forma rápida; planeja mentalmente como realizar algo; tem um objetivo definido quando entra no espaço virtual; participa das

oportunidades que encontra; é curioso e gosta de pesquisar [...], interage de forma ampla, sabe selecionar a informação por prioridade [...]. (SILVA, PESCE, ZUIM, 2010, p.10)

Sendo assim, o aluno da era digital pode ser seletivo, criativo, comunicativo e apressado, pois tem à sua disposição ferramentas que auxiliam a memória, a imaginação, a percepção e o próprio raciocínio (LÉVY, 2010, p.159). Isso influencia diretamente na aprendizagem que, no contexto da internet é marcada pela comunicação.

A comunicação, no contexto da internet é “direta, interativa e coletiva” (LÉVY, 2010, p.254), além de ser importante para o processo de aprendizagem do aluno no *YouTube* e, para os processos pedagógicos dos professores inseridos nesse contexto. De acordo com Burgess, Green (2009, p.101), não é necessário “apenas ser capaz de criar e consumir o conteúdo em vídeo, mas também ser capaz de compreender como o *YouTube* funciona como conjunto de tecnologias e como rede social”. Nesse sentido, a pedagogia, o conhecimento técnico e a comunicação andam lado a lado, fundindo-se, sendo os três igualmente importantes para o ensino no *YouTube*. Por conta de todo o contexto propiciado pelo site, “as competências específicas do *YouTube* podem ser aprendidas e mobilizadas por meio da participação na rede social do *YouTube*” (BURGESS, GREEN, 2009, p.101).

Assim como o conhecimento técnico e de rede são importantes, um professor dentro do contexto do *YouTube* precisa dispor de “tempo, paciência e persistência”, pois são características necessárias para quem quer desenvolver um trabalho de longo prazo na plataforma, independente do propósito (BURGESS, GREEN, 2009, p.102). O fator tempo é necessário para que o indivíduo seja recompensado, para que uma “reputação de competência” seja construída perante os usuários da “comunidade virtual” (LÉVY, 2010, p.130). Além do mais, o trabalho pedagógico na cibercultura exige que o professor esteja em processo constante de aprendizagem, transmitindo saberes e produzindo conhecimentos (LÉVY, 2010, p.159). Portanto, é nesse “terreno instável” que produtores e consumidores de informação estão inseridos, cada um de acordo com seus interesses, mas, conectados pela lógica que rege esse ambiente.



### 3 METODOLOGIA

Este capítulo versa sobre a construção metodológica do trabalho, desde as concepções teóricas até as decisões organizacionais do campo empírico. Além disso, descrevo as mudanças ocorridas a partir do contato com os participantes na pesquisa.

#### 3.1 Abordagem qualitativa

Esta pesquisa está ancorada na abordagem qualitativa, sendo empírica em sua intencionalidade, localizada no campo das pesquisas *on-line*. A escolha dos participantes foi corroborada pela minha familiaridade e vivência no ambiente *on-line* do *YouTube*, no qual participo desde 2009 na condição de usuário e, desde 2018 na condição de professor.

A pesquisa possui caráter qualitativo pois o foco é estudar as peculiaridades do fenômeno em questão, não buscando fazer generalizações, direcionando as reflexões para os participantes da pesquisa, contribuindo através das especificidades. Uma pesquisa de caráter qualitativo “[...] cria condições concretas para que se possa captar os significados dos fenômenos investigados. Assim como o pesquisador é um elemento importante no processo de pesquisa, também o campo se destaca como determinante do conhecimento a ser produzido” (TOZONI-REIS, 2009, p.25). Complementando esta ideia, adotei uma ênfase empírica nesta pesquisa, com a intenção de “aprimorar o conhecimento sobre o mundo que nos cerca [...]”, permitindo uma aproximação do fenômeno estudado através do enfoque em uma realidade, ou, pelo menos em “uma parte da realidade” estudada (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2016, p.53).

#### 3.2 Estudo de caso

O estudo de caso relaciona um determinado objeto empírico com o conhecimento de estado da arte dominado pelo pesquisador, sendo assim, “o conhecimento gerado pelos estudos de caso tem valor em si mesmo” (ANDRÉ, 2005, p.16). Esse conhecimento não é um meio para se chegar a algo, ele é o produto da pesquisa, ele é o próprio objetivo final. Este tipo de estudo proporciona discussões sobre uma realidade em particular, pretendendo descrever precisamente e conhecer profundamente um fenômeno, auxiliando o leitor a perceber novos pontos a respeito do fenômeno estudado (ANDRÉ, 2005, p.16-18). Portanto, ao investigar a prática pedagógica dos produtores de tutoriais de saxofone no *YouTube*, ao delinear o seu perfil artístico e formação

musical, ao identificar sua maneira de pensar pedagogicamente, faz-se uma contribuição dentro das especificidades.

Dentre os tipos de estudo de caso, o que mais se alinha com os objetivos desta pesquisa é o estudo de casos múltiplos (STAKE, 1995 apud ANDRÉ, 2005, p.20). Ao que indica André (2005, p.20), esse estudo é adequado quando o pesquisador não pretende enquadrar um coletivo como se fosse um único caso, “[...] por exemplo, várias escolas ou vários professores”. Além disso, a autora André (2005, p.19-20), fundamentada em Stake (1995), se preocupa em detalhar a natureza do estudo de caso, sendo ela *instrumental* ou *intrínseca*. Nessa dicotomia, um estudo de caso instrumental se configura quando o objeto de pesquisa não importa tanto ao pesquisador, tendo mais importância “os *insights* que o estudo exaustivo de uma unidade pode trazer [...]” (ANDRÉ, 2005, p.19-20). No contexto desta pesquisa, “[...] o interesse é no caso em si” (ANDRÉ, 2005, p.19), é exatamente nos professores que foram investigados. Além disso, tendo em vista que são 4 professores diferentes, com formações diferentes, com concepções pedagógicas peculiares, localizados em diversas regiões do Brasil, não seria possível enquadrá-los numa unidade que os representasse de forma homogênea, justificando assim o estudo de casos múltiplos.

### **3.3 O YouTube como campo empírico: considerações sobre a pesquisa *on-line***

Buscando o conhecimento por parte dos brasileiros produtores de vídeos pedagógicos de saxofone no *YouTube*, considerando as dimensões geográficas do país e, que esses produtores atuam em diferentes regiões do Brasil, a forma mais viável e coerente de contatá-los foi através da internet. Além disso, os documentos (vídeos) analisados também estão disponibilizados em meio digital. Todos esses aspectos contribuíram para que fosse desenvolvido uma metodologia de trabalho exclusiva para esse contexto da internet, seja na utilização de recursos tecnológicos, como nas decisões dos instrumentos de coleta de dados.

Dentre todos os recursos que dispomos hoje, a internet tem sido de fundamental importância para este trabalho. Almeida (2011, p.12) afirma que: “[...]Um computador conectado à Internet é um eficiente instrumento para a troca de informações em escala global”. Levando essa afirmação em consideração, é possível perceber a efetividade da ferramenta quando se precisa conhecer o que outros pesquisadores estão estudando fora do Brasil.

Conforme as produções vão aumentando, dificulta a localização até mesmo das produções nacionais, sendo assim, na internet, há vários mecanismos que facilitam a busca por informação. Inclusive, o tema desta pesquisa é recente, portanto, não há uma vasta literatura

sobre ele, então a busca feita através de repositórios, periódicos e anais on-line foi de grande auxílio para a revisão de literatura. Um exemplo desses mecanismos utilizados foi o Catálogo de Teses e Dissertações, esse catálogo abriga em seus domínios 610 resultados para a palavra “*YouTube*”<sup>2</sup>. De forma semelhante, utilizando o mesmo descritor, foram encontrados 286 resultados na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações<sup>3</sup>. As buscas ainda foram feitas nas revistas da ABEM e da ANPPOM, assim como nos anais eletrônicos das duas associações. Esse tipo de busca não é a única alternativa, pois ao apresentar trabalhos em congressos da área é possível receber indicações de material. No entanto, se não houvesse esse tipo de facilitação, a tarefa de catalogação de trabalhos seria mais trabalhosa. Em relação à literatura internacional, os textos foram selecionados a partir de um recorte entre os anos de 2010 e 2018, na ISME (*International Society for Music Education*), selecionando apenas textos que abordassem sobre o *YouTube*.

Embora seja possível reconhecer os méritos da internet enquanto recurso, neste trabalho ela é explorada também enquanto um “*lugar de pesquisa*”, pois, de acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2016, p.17), a internet pode ser compreendida como “*objeto de pesquisa [...], local pesquisa [...], instrumento de pesquisa*”. Portanto, sendo a internet o *local* de pesquisa, o objeto de estudo nesta dissertação são os canais brasileiros de vídeos pedagógicos de saxofone no *YouTube*. Enquanto ferramenta, neste trabalho, ela serviu para: encontrar materiais escritos (livros, artigos, dissertações e teses), localizar os participantes da pesquisa, coletar e analisar os vídeos destes produtores, contatar e entrevistar os participantes. Enquanto *local* de estudo, a internet possibilitou localizar o *YouTube*, site no qual encontrei todos os vídeos necessários para o desenvolvimento da pesquisa.

### 3.4 Escolha dos participantes

Para catalogar os principais produtores de tutoriais de saxofone no *YouTube*, utilizei a própria aba de pesquisa do site, fazendo uso dos descritores especificados no quadro 6 deste trabalho:

---

<sup>2</sup> Ver mais em: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>

<sup>3</sup> Ver mais em: <http://bdtd.ibict.br/vufind/Search/Results?lookfor=YouTube&type=AllFields>

**Quadro 5** - descritores utilizados na pesquisa e suas incidências

<b>PALAVRAS-CHAVE</b>	<b>NÚMEROS DOS RESULTADOS DA PESQUISA</b>
aulas de saxofone	204.000
tutorial de saxofone	2.640.000
professor de saxofone	92.500
curso de saxofone online	61.600

Fonte: *YouTube* (2018)

O sistema de postagem do *YouTube* exige que todo produtor escolha uma categoria que represente o conteúdo do vídeo, sendo assim, as palavras-chave relacionadas a uma determinada categoria podem auxiliar o usuário a encontrar determinado vídeo (SERRANO, PAIVA, 2008, p.6). Além disso, a busca por palavras-chave é uma estratégia muito utilizada por pesquisadores em “softwares especializados ou pela internet [...]” (OLIVEIRA, 2011, p.66). Vale esclarecer que o saxofone foi o instrumento escolhido por conta da minha familiarização, sendo assim, posso analisar com mais clareza um tutorial feito para meu instrumento musical de formação.

Uma das dificuldades iniciais foi adotar um critério base para estabelecer quem seria um “produtor influente”, para assim, poder definir quais seriam os principais produtores. Sendo assim, a escolha foi feita com base na relevância do produtor dentro do *YouTube*. Nesse sentido, Mazer e Coruja (2015, p.5) são autores que indicam alguns critérios para medir a relevância dentro do site, como o tamanho do canal, a quantidade de inscritos e o número visualizações nos vídeos. Além disso, Backes (2019) elaborou uma tabela que auxilia na compreensão sobre as categorias existentes de influenciadores, com base no número de seguidores:

**Figura 1** - categorias de influenciadores digitais de acordo com a quantidade de seguidores:



Fonte: KUAK, 2018, *apud* BACKES, 2019, p.78

O maior canal brasileiro de vídeos pedagógicos de saxofone no *YouTube*, em termos de inscritos, era o *Lander Sax*, com 62 mil inscritos. Sendo assim, é notório que os produtores de conteúdo pedagógico de saxofone não estão no topo da pirâmide dos influenciadores na internet. Provavelmente isso ocorre por conta do conteúdo ter um nicho bem definido, ou talvez pela necessidade de quem consome possuir um saxofone. Sejam quais forem os motivos, o fato é que os participantes da pesquisa estão categorizados como Micro Influenciadores e Nano Influenciadores. O menor canal, dentre os potencialmente selecionáveis era o canal *Ademir Junior*, que contabilizava pouco mais de 5.500 inscritos. Baseado no que fui observando na plataforma durante a vivência de estudos no saxofone, somado ao que pude pesquisar através da aba de pesquisa do site, selecionei cinco produtores de ensino de saxofone com base nos seguintes critérios: estar pelo menos na categoria de Nano Influenciadores, ser brasileiro(a), postar com frequência vídeos pedagógicos de saxofone, responder minhas mensagens, demonstrar interesse em colaborar com a pesquisa, assinar o termo de livre e esclarecido. Vale lembrar que os dados e inscrições, visualizações, *likes* e *deslikes* se atualizam constantemente, portanto, minhas decisões enquanto pesquisador estiveram alinhadas com minha interpretação de campo da época, entre julho e setembro de 2018.

Seguindo os critérios estabelecidos, os produtores de tutoriais de saxofone selecionados foram: Ademir Jr., Elias Coutinho, Romualdo Costa, Ronaldo Marquetti e Suelen Mondini. É importante esclarecer imediatamente que, o participante Ademir Jr. acabou saindo dessa lista por deixar de se adequar ao perfil da pesquisa durante o processo da coleta de dados. O músico voltou suas atenções para turnês dentro do país, deixando de postar vídeos pedagógicos com frequência em seu canal do *YouTube*, além de não ter assinado o termo de consentimento livre e esclarecido. Sendo assim, o quadro 6 ajuda a delinear o perfil artístico e profissional dos participantes da pesquisa:

**Quadro 6** - participantes da pesquisa

<b>NOME</b>	<b>IDADE</b>	<b>CIDADE ONDE MORA</b>	<b>FORMAÇÃO SUPERIOR</b>	<b>ATUAÇÃO DOCENTE NA INTERNET</b>	<b>INÍCIO DAS ATIVIDADES NO YOUTUBE</b>
Elias Coutinho	32	Ananindeua-PA	Bacharel em Música	Curso de saxofone e de improvisação através de plataforma on-line	2013
Romualdo Costa	30	Campo Grande-MS	Licenciado e Pós-Graduado em Música	Aulas via skype, curso de saxofone em plataforma on-line	2009
Ronaldo Marquetti	40	Campinas-SP	Bacharel em Música	Escola on-line de saxofone	2016
Suelen Mondini	31	Blumenau-SC	Licenciatura em Artes/Habilitação Música; Pós-Graduação em Educação Musical.	Consultorias, curso de sax e clarinete em plataforma on-line	2015

**Fonte:** do autor, 2020

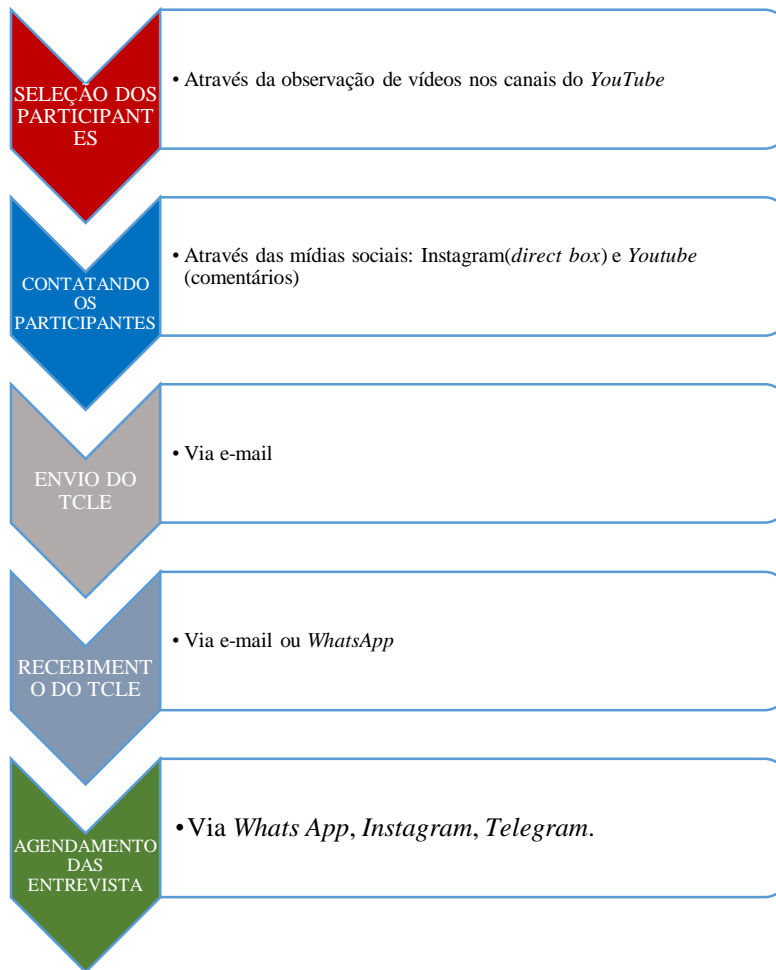
Dentre os selecionados, as semelhanças encontradas foram: não trabalham exclusivamente com o *YouTube*; possuem formação superior em música; atuam como músicos performers; lidam/lidaram com diversos contextos pedagógicos na área de música; comercializam infoprodutos. Já as diferenças entre eles serão expostas no capítulo 4.

Talvez uma das maiores dificuldades dessa etapa seleção foi contatar os participantes. Como já foi evidenciado, esta pesquisa acontece em ambiente on-line, os participantes são de diferentes regiões do país, isso inviabiliza contatos presenciais. Além desses aspectos, vale destacar as particularidades de cada participante, as diferentes formas de entrar em contato com eles. Antes de selecionar os 5 participantes iniciais, enviei mensagens solicitando a participação na pesquisa para 7 saxofonistas. Atualmente, percebo que esses produtores participam ativamente de redes sociais como o *Instagram* e o *Facebook*, então minha primeira investida foi seguir os produtores em seus perfis do *Instagram* e enviar uma mensagem via *direct* (mensagens privadas).

Dos 7 produtores contatados, 4 me deram um retorno, 3 optaram por participar da pesquisa. Para conseguir a atenção do Ronaldo, um dos produtores que não retornaram meu contato, foi necessário comentar um dos seus vídeos no *YouTube* e solicitar uma forma de contato mais pessoal, a partir daí, ele respondeu meu comentário e passamos a nos comunicar via *e-mail*. Já para contatar a Suelen, outra que não me respondeu no *Instagram*, precisei ser menos delicado, enviando uma mensagem via *WhatsApp* para um número pessoal que ela disponibilizara em seu perfil do *Instagram*. Após conseguir conversar com todos via *e-mail*, senti a necessidade de ter uma comunicação mais próxima e veloz. Para isso, solicitei a permissão de cada produtor para conversarmos via *WhatsApp*, essa escolha rendeu uma comunicação ágil entre nós, inclusive, sempre quando enviava mensagens para o *e-mail*, fazia questão de comunicá-los no *WhatsApp*.

Sintetizando o percurso de comunicação, assim como os recursos utilizados, é possível observar todo o processo relatado através da figura 2:

**Figura 2-** percurso de comunicação com os participantes



**Fonte:** do autor, 2020

Portanto, a comunicação, as estratégias para entrar em contato, para ganhar a confiança e atenção dos participantes, fazem parte de toda uma construção social da cibercultura, o que Lévy (2010, p.130) denomina como “netiqueta”, ou seja, uma etiqueta, bons modos direcionados ao contexto da internet, baseados “leis” e convenções que, apesar de não terem sido escritos, fazem parte do convívio virtual.

### 3.5 Técnica de coleta de dados

A coleta de dados é a fase onde ocorre “a busca por informações ou elucidação do fenômeno ou fato que o pesquisador quer desvendar” (GERHADT, SILVEIRA, 2009, p.68). Para tanto, essa pesquisa tem como técnicas de coleta a análise documental dos vídeos disponíveis nos canais, além das entrevistas semiestruturadas com os produtores.



A análise documental foi de extrema relevância para alcançar os objetivos desta pesquisa. Todavia, na literatura consultada, o termo “documental” foi utilizado a princípio para caracterizar documentos convencionais, como documentos históricos, institucionais, associativos etc. (TOZONI-REIS, 2009, p.30). No caso desta pesquisa, os documentos analisados se encontram no que Almeida (2011) trata como “documentos digitais”, que podem ser sites, blogs, canais do *YouTube* etc. Pois a “internet configura-se como uma nova categoria de fontes documentais [...]” (ALMEIDA, 2011, p.1), com relevante validade, principalmente para pesquisadores atuais.

Nesta pesquisa, os vídeos considerados como documentos foram selecionados de acordo com os canais do *YouTube* de cada produtor participante da pesquisa. Os vídeos foram assistidos diretamente na plataforma do *YouTube* e, baixados no meu computador pessoal. Apresento como dados do documento os *likes*, *deslikes*, visualizações e comentários dos inscritos de cada canal. Vale lembrar que os vídeos relevantes para esta pesquisa são aqueles elaborados para serem divulgados no *YouTube*. Como recorte, selecionei 3 vídeos de cada produtor, observando de forma geral os vídeos postados desde o início das atividades do canal de cada um. Outro fator que considerei para essa seleção foi a menção de vídeos durante as entrevistas, alguns dos vídeos citados representam e sintetizam as concepções pedagógicas dos produtores, podendo permitir uma compreensão esclarecida sobre o *modus operandi* do participante. Nesta seleção também foi considerado o quão significativo o vídeo foi para o público, principalmente através da observação dos comentários no próprio site, considerando também a relação entre *likes* e *deslikes*, além do número de visualizações dos vídeos.

Para completar as ações deste estudo de caso, marcado pela distância geográfica dos participantes, o direcionamento das informações convergira para a realização de entrevistas on-line. Moysés, Moorí (2007, p.9) afirmam que impessoalidade, a falta do contato pessoal pode ocasionar na diminuição do interesse do entrevistado. No entanto, estes mesmos autores elegeram vantagens ao utilizar esse tipo de recurso. Eles afirmam que a utilização desse tipo de tecnologia, a *internet*, é de baixo custo, com velocidade no processamento de informações, facilita a obtenção de melhores respostas, agrega a possibilidade de utilizar diversos recursos e softwares que deixam todas as informações mais organizadas. Além disso, os participantes desta pesquisa são mais acessíveis por meio *on-line*.

As principais razões da execução de entrevistas neste trabalho foram: a flexibilidade do entrevistador que, pode adequar-se à linguagem do entrevistado, podendo explicar as perguntas ou, até mesmo, elaborar subperguntas; a possibilidade de explorar os dados com profundidade; a possibilidade de captar as nuances das respostas dos entrevistados, seja no tom de voz, seja

na expressão corporal (GIL, 2008, p.110). Para Gil (2008); Zago, Carvalho; Vilela (2003), a entrevista é uma técnica amplamente utilizada por quem faz pesquisas com interações sociais. Segundo Gil (2008, p.109), a entrevista “é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação”. Entendendo-a como uma ferramenta na mão do pesquisador, a entrevista é “apoiada em outros recursos, cuja função é complementar informações e a condição de produção dos dados” (ZAGO, CARVALHO, VILELA, 2003, p.298).

De acordo com Gil (2008), “[...] A entrevista é seguramente a mais flexível de todas as técnicas de coleta de dados [...]”, quanto maior for o grau de estruturação da entrevista, tanto mais rígida ela será e, ela ganha flexibilidade conforme a estruturação vai se tornando menos rígida (p.111). Com essas considerações, o alinhamento metodológico, juntamente com os objetivos deste trabalho, levanta a necessidade de dialogar com os participantes da pesquisa com menos formalidades, quase no tom de uma conversa cotidiana. Sendo assim, a forma mais adequada a essas intenções foi a escolha da entrevista semiestruturada que, por sua vez, no atual contexto da internet, está inserida em entrevistas classificadas como “não-padronizadas”:

As entrevistas não-padronizadas, por sua vez, são menos estruturadas e, no ambiente on-line, podem ser feitas com indivíduos [...] em conversas em tempo real. Dividem-se em semiestruturadas (que são relativamente formalizadas e se parecem mais com “conversas” entre participantes iguais) e não estruturadas ou *in-depth* (que enfatizam as experiências subjetivas do indivíduo). (MENDES, 2009, p.6).

Na área da Educação Musical, pesquisadores têm utilizado técnicas semelhantes no que diz respeito a pesquisas situadas no ambiente on-line, por exemplo, Beltrame (2016); Léon, Souza (2016); Arroyo, Bechara, Paarmann (2017).

### **3.6 Entrada no campo**

Antes da realização da entrevista, optei por fazer uma entrevista-piloto, entendendo que este procedimento é fundamental para aperfeiçoar as perguntas, tornando o processo coeso e evitando perguntas redundantes, da mesma forma que é aconselhado ao elaborar questionários (NOGUEIRA, 2002, p.3). Seguindo essa orientação, fiz uma entrevista-piloto no dia 16 de julho de 2019, com um colega da Universidade Federal de Campina Grande. Este colega já tinha familiaridade com a produção de conteúdo dentro da plataforma do *YouTube*, ele produz tutoriais de utilização de equipamentos eletrônicos e, possui vídeos instruindo os inscritos a

utilizar recursos tecnológicos aplicados à performance do teclado (utilização de pedais, *samples*, *plug-ins* etc.).

A entrevista durou aproximadamente uma hora, foi feita através de uma chamada de vídeo no *WhatsApp*, pelo celular, tendo a captação de áudio sendo feita através de um *notebook*, por meio de um utilitário da Windows. O principal aprendizado nessa entrevista foi a importância de ouvir o participante, pois ao fazer anotações no notebook enquanto o entrevistado falava, a sonoridade das teclas misturava-se ao áudio do participante, interferindo na compreensão do que havia sido gravado naquele trecho, dificultando a compreensão das palavras ditas pelo entrevistado. Outro ganho para a pesquisa neste teste foi a reformulação de perguntas, foi necessário inverter ordens, dividir perguntas em duas ou três partes ou, até mesmo, reescrever algumas delas. Caso não houvesse esse primeiro teste, as perguntas chegariam com certo grau de confusão aos participantes, pois por mais que se tenha cautela na elaboração das perguntas, somente no campo haverá a verdadeira constatação da clareza delas.

Em linhas gerais, as perguntas da entrevista buscaram evidenciar procedimentos técnicos dos produtores, assim como estratégias de divulgação, escolhas pedagógicas e gestão de relacionamento com o público-alvo. (Ver roteiro no Apêndice A).

A seguir, o quadro 8 sintetiza todas as entrevistas e os recursos utilizados durante o processo:

**Quadro 7** - entrevistas com os participantes da pesquisa

<b>PARTICIPANTE</b>	<b>DATA</b>	<b>DURAÇÃO</b>	<b>RECURSOS</b>
Ronaldo Marquetti	09/08/19	1:06h	<i>Hangout</i> , gravador de áudio, <i>tablete</i> , celular.
Romualdo Costa	16/08/19	1:30h	<i>Hangout</i> , gravador de áudio, <i>tablete</i> , celular.
Suelen Mondini	16/08/19 23/08/19	1:00h 1:30h	<i>Hangout</i> , gravador de áudio, <i>tablete</i> , celular, <i>notebook</i> , <i>Whats App</i> .
Elias Coutinho	06/11/19 19/11/19	1:30h 1:40h	<i>Zoom</i> , gravador de áudio, celular, <i>notebook</i> .

**Fonte:** do autor, 2020

### 3.6.1 Primeira entrevista: Ronaldo Marquetti

A primeira entrevista que fiz, já em campo com os participantes oficiais da pesquisa, foi realizada com o saxofonista Ronaldo Marquetti. Foi possível entrar em contato com o Ronaldo através de comentários no *YouTube*, mensagens direcionadas ao e-mail dele e, depois passamos a nos comunicar esporadicamente através de mensagens no *WhatsApp*. A entrevista foi agendada em uma conversa rápida pelo aplicativo citado e, nos comunicamos por meio de uma chamada de vídeo no *hangout* da *Google*. Desta vez, a chamada de vídeo foi feita pelo celular, mas a gravação do áudio foi feita através da função gravador de um *tablet*. Após o final da entrevista, o áudio do *tablet*, armazenado num cartão de memória, foi imediatamente salvo no meu computador pessoal e enviado para meu próprio endereço eletrônico, evitando a perda do arquivo.

A entrevista com Ronaldo foi realizada num horário “pós-almoço”, o entrevistado demonstrou boa vontade, respondeu às perguntas de forma paciente, no entanto, percebi que no último terço da entrevista ele demonstrou cansaço. De vez em quando ele perguntava se estávamos próximos do fim. Procurei sempre estar atento às expressões faciais, ao tom de voz, à linguagem corporal. Além disso, sempre deixei o participante confortável, inclusive, sugeri uma pausa para descanso, também sugeri que o restante da entrevista fosse feito na semana seguinte. Meio a todas essas alternativas, o participante preferiu continuar.

Um fato em comum que percebi foi a dificuldade de horário dos participantes, pois normalmente desempenham jornada de trabalho dupla ou tripla e, isto dificulta qualquer possibilidade de uma segunda entrevista. Talvez, eu teria menos dificuldade se colocasse um calendário no ato do convite à pesquisa. De toda forma, para amenizar este problema, combinei de entrar em contato novamente, por *e-mail* ou por *WhatsApp*, com a finalidade de esclarecer de forma oral ou escrita algum ponto da entrevista que precisasse ser retomado. Uma das necessidades foi o esclarecimento de nomes estrangeiros, seja em relação a influências musicais, métodos estudados, equipamentos utilizados nas aulas etc. Felizmente, enquanto saxofonista, estudei boa parte dos métodos utilizados, isto facilitou muito a minha compreensão da construção da aprendizagem musical do professor.

Ronaldo Marquetti é Bacharel em Música pela Mozarteum, graduou-se no ano 2000 e é o fundador da *Escola de Saxofone*<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> <https://escoladesaxofone.maestrus.com/home/>

### 3.6.2 Segunda entrevista: Romualdo Costa

O contato com Romualdo deu-se por meio do *direct* do *Instagram*, por *WhatsApp* e, em seguida, por *e-mail*. Agendamos a entrevista pelo *WhatsApp*. Realizamos uma chamada de vídeo através do *hangout*, captei o áudio pelo gravador de um *tablet*. Neste dia Romualdo optou por fazer uma pequena pausa, na qual aproveitei para salvar o projeto do arquivo de áudio. Não encerramos a chamada em momento algum, apenas saímos de frente das câmeras, depois voltamos a nos falar normalmente.

O maior aprendizado nessa pesquisa foi na utilização ou esclarecimento de termos. Por tentar manter a entrevista num nível semelhante de uma conversação cotidiana, conforme as orientações de Zago, Carvalho, Vilela (2003, p.305), por vezes “expliquei demais” algumas perguntas, correndo o risco de induzir a resposta do entrevistado. Volto a enfatizar a importância de uma entrevista que sirva de teste, mas é inevitável que o entrevistador evolua ao longo do processo. Contudo, por vezes é necessário fazer algumas ponderações para evitar o enviesamento de algumas respostas, por exemplo, o Romualdo confundiu o termo “tutorial” ou “tutoriais” com a “tutoria” em EaD, talvez pelo fato dele ter estudado numa Faculdade nesta modalidade. Ao ter uma explicação sobre esses termos, Romualdo conseguiu voltar para o eixo central da pergunta. Um outro ponto a ser destacado é o agendamento, neste dia marquei duas entrevistas, primeiro com a Suelen e em seguida com o Romualdo. Meu rendimento caiu consideravelmente, tive mais dificuldade em prestar atenção nas respostas dele e em fazer intervenções precisas nos momentos adequados. Seria mais proveitoso se eu tivesse dado um espaço de tempo maior entre uma entrevista e outra, talvez, seria melhor ter agendado apenas uma entrevista por dia.

Romualdo Costa é Licenciado em Música pelo Claretiano Centro Universitário, graduou-se no ano 2016, é especialista em Educação Aplicada à Performance Musical. No ano de 2019 lançou o *Curso Técnico de Saxofone*<sup>5</sup>, na modalidade on-line.

### 3.6.3 Terceira entrevista: Suelen Mondini

A terceira entrevista foi realizada em duas partes, metade no dia 16 de agosto de 2019, no turno da manhã, antes da entrevista com o Romualdo. A segunda metade desta entrevista ocorreu no dia 23 de agosto de 2019. Totalizando os dois momentos de entrevista, a duração

---

<sup>5</sup> <https://pay.hotmart.com/H17279335H?checkoutMode=10&bid=1577083659944/>

aproximada foi de 3 horas. Foi a entrevista mais longa até então, de transcrição trabalhosa, porém, muito esclarecedora.

Ao entrevistar a Suelen pude me sentir mais confiante, mais sensível, além de ser capaz de ouvir e intervir nos momentos adequados. De fato, a prática foi melhorando minha performance, tanto que essa entrevista foi marcada por um clima extremamente amistoso, dando a impressão de que nos conhecíamos há tempos. Isto é um fator positivo, principalmente porque a entrevista se desenvolve com fluidez quando o entrevistador ganha a confiança do entrevistado (ZAGO, CARVALHO, VILELA, 2003, p.301). Suelen sentiu-se confortabilíssima durante toda a entrevista. No processo das entrevistas optamos por fazer pequenas pausas, apenas para beber água e salvar os projetos de áudio.

Tanto a Suelen, quanto os outros participantes, conversaram comigo em nível de igualdade, como se eu fosse um professor do nível deles. Desta forma, o tom dessa entrevista soa como “de colega para colega”.

Um erro que cometi nessa entrevista foi repetir algumas perguntas que a entrevistada havia respondido, embora, em alguns momentos isto tenha acontecido de forma intencional, em outros, acabei esquecendo mesmo, mas ela avisava quando a repetição ocorria. Provavelmente esses equívocos de minha parte ocorram pelo espaço de uma semana entre uma entrevista e outra, mas não vejo esse acontecimento como um problema que prejudicou o processo da coleta de dados.

Suelen Mondini é Licenciada em Artes - Habilitação Música pela Fundação Universidade Regional de Blumenau, tendo se formado em 2009. É especialista em Educação Musical e, é fundadora da *Start Sax*<sup>6</sup> e da *Start Clarinete*<sup>7</sup>.

### **3.6.4 Quarta entrevista: Elias Coutinho**

A quarta entrevista foi realizada em dois momentos, o primeiro foi no dia 06 de novembro. Na ocasião, o entrevistado estava viajando de avião, partindo de Belém do Pará para o interior de São Paulo e, optou por conceder a entrevista durante uma escala em Fortaleza. Vale destacar que este foi o participante mais difícil de contatar, o que menos tinha tempo para realizar as entrevistas, por isso acabamos nos encontrando em horários alternativos. Esta primeira entrevista iniciou-se por volta das 2:30 da manhã e, foi realizada através do aplicativo

---

<sup>6</sup> <https://www.startsax.com/>

<sup>7</sup> <https://www.startclarinete.com/>

*Zoom*, tendo a parte de áudio captada através do gravador de voz do *Windows* em meu *notebook*. Ao todo, essa primeira entrevista durou 1:30h.

O maior desafio da entrevista foi lidar com alguém extremamente respeitado no meio, durante as entrevistas com os demais participantes da pesquisa, em vários momentos houve menção ao Elias Coutinho, o que indica que os participantes o admiram. Além disso, o horário também foi desafiador, precisei me concentrar ao máximo para não permitir que o sono atrapalhasse o andamento da entrevista. Sobre o horário, tive preocupação quanto ao bem-estar do entrevistado, inclusive, cheguei a perguntar se ele estava cansado, se gostaria de fazer uma pausa ou mesmo ir dormir. No entanto, ele foi gentil ao revelar que preferia que houvesse um horário mais confortável para mim, mas, de fato, era o único horário disponível e ele estava querendo contribuir para a pesquisa.

Durante a entrevista, fomos atrapalhados por questões operacionais do aeroporto, sirenes, avisos etc. A conexão com a internet não foi dificuldade em nenhum momento. O ponto positivo dessa experiência foi a abertura do entrevistado, ele conseguiu se divertir ao longo da entrevista e, assim como ocorreu na entrevista da Suelen, tivemos uma conversa fluida, semelhante ao diálogo entre colegas de longa data. Interrompemos a entrevista na metade do roteiro, quando o entrevistado precisou entrar no avião para seguir caminho rumo a São Paulo.

O segundo momento dessa entrevista aconteceu no dia 20 de novembro, por volta das 23 horas. O entrevistado estava em ambiente domiciliar, dentro do espaço que utiliza para gravações dos vídeos. Esta entrevista durou cerca de 1:40h, utilizamos o mesmo aplicativo para fazer a chamada de vídeo, no entanto, ele realizou a chamada utilizando o computador pessoal.

Posso dizer que esse encontro on-line foi mais confortável do que o primeiro, tanto para o entrevistado, quanto para mim. Além de estarmos conversando num horário mais comum, estar num ambiente familiar trouxe conforto ao entrevistado e não fomos atrapalhados por acontecimentos externos. Outro fator positivo foi o ambiente profissional em si, o entrevistado me mostrou alguns equipamentos que utilizava, demonstrou como gosta de trabalhar com a iluminação etc. Além disso, conseguimos manter um contato nas redes sociais, isso nos aproximou de certa forma, fazendo a entrevista parecer mais uma conversa entre amigos próximos e com muitas risadas em certos momentos.

Elias Coutinho foi o entrevistado mais inacessível dentre os participantes. Praticamente não respondeu a meus *e-mails*, pois havia lançado um curso recentemente e, recebia uma grande quantidade de mensagens diárias. No *WhatsApp* também não obtive muito sucesso, poucas vezes fui respondido por lá. Consegui algum retorno me comunicando através do *direct* do *Instagram*, ele sempre visualizou as mensagens por lá, embora nem sempre tenha

respondido. Outra ferramenta que me auxiliou foi o *Telegram*, o Elias tem um grupo de improvisação no aplicativo, que funciona semelhante aos grupos do *WhatsApp*, então eu sempre via quando ele mandava mensagem no grupo, era possível saber o momento em que ele estava *on-line*, foi por lá, através do contato pessoal no *Telegram* que consegui agendar o segundo momento da entrevista.

Conforme o tempo foi passando, aumentava minha preocupação, todos os candidatos já haviam sido entrevistados, menos o Elias. Pensei em ligar diretamente para o número pessoal dele, mas não tínhamos proximidade o suficiente para isso. Consegui me aproximar dele, seguindo-o de perto, em todas suas redes sociais, comentando fotos e vídeos, participando de *lives*, mencionando-o nos meus *stories* do *Instagram*. Somente depois desse esforço nas redes nossa comunicação passou a ocorrer de forma menos espaçada. De forma sintética, o principal aprendizado operacional desta entrevista foi em como se relacionar e conseguir aproximação de um participante da pesquisa totalmente envolvido com as interações nas redes sociais. Embora todos os meios estivessem disponíveis para entrarmos em contato, foi necessário um conhecimento a mais, algo que permitisse a utilização desses meios para que realmente me levassem a ter uma interação com o Elias.

Elias Coutinho é Bacharel em Música pela Universidade Federal do Pará, tendo se formado em 2009. O participante é fundador do *Elias Coutinho – Videoaulas de saxofone, Harmonia e Improvisação*<sup>8</sup> e do *Elias Coutinho – Saxofonista – Professor – Compositor - Arranjador*<sup>9</sup>.

### 3.7 Análise dos dados

Na pesquisa qualitativa, o processo analítico é compreendido enquanto interpretação, análise e discussão de dados (TOZONI-REIS, 2009, p.69). É um componente que auxilia o pesquisador na sistematização do conhecimento, permitindo que o leitor compreenda o ponto de vista do pesquisador. Além disso, a análise deve estar coerente com os objetivos propostos no início da pesquisa. Sendo assim, os dados obtidos em campo através das observações e análise dos vídeos, as entrevistas realizadas, o processo reflexivo sobre a literatura catalogada foram os pilares que ajudaram a consolidar a análise, principalmente levando em consideração que o *YouTube* é um objeto de pesquisa recente. Nesse sentido, o processo de análise dos vídeos teve uma característica artesanal. Foi uma etapa desafiadora, que exigiu muita reflexão, muita

---

<sup>8</sup> <https://www.videoaula-eliascoutinho.com.br/>

<sup>9</sup> <https://www.eliascoutinho.com.br/>



contextualização entre trabalhos que abordavam assuntos da área de Comunicação, tecnologias, Educação e Educação Musical.

Outros fatores que contribuíram para o processo analítico foi a criação do sumário e uma reflexão sobre o roteiro da entrevista. A criação do sumário foi algo feito em parceria com a orientadora, onde ao observar os conteúdos da dissertação, buscamos organizá-los de forma que facilitasse a compreensão dos leitores e, que fizesse sentido ao trabalho que estava sendo desenvolvido. Já o roteiro da entrevista foi fator determinante para a criação das categorias analíticas. De forma geral, o diálogo interdisciplinar somado à capacidade reflexiva do pesquisador, bem como a habilidade de aplicação e compreensão de pressupostos teóricos contribuíram para a estruturação da análise.

### 3.7.1 Processo de pesquisa e seleção dos vídeos

O site do *YouTube* conta com seu próprio sistema de pesquisa, sendo assim, é possível digitar o que se procura e obter os resultados de uma pesquisa. No entanto, este trabalho foi feito no início da pesquisa, para encontrar os produtores e seus respectivos canais. Uma vez que foi delimitado os canais, concentrei esforços buscando os vídeos disponíveis em cada canal. Ao acessar um canal do *YouTube*, é possível acessar a aba “vídeos” e ter a possibilidade de fazer uma pesquisa interna, uma busca exclusiva por conteúdos daquele canal. Na imagem 4 é possível perceber como é realizado o processo de pesquisa dentro de um canal do *YouTube*:

**Imagem 4** - exemplo de pesquisa dentro de um canal do *YouTube*



**Fonte:** do autor, 2020.

A numeração da imagem 4 foi posta para descrever as funcionalidades de pesquisa dentro de um canal do *YouTube*. O processo é bem intuitivo, ao lado número 1 vemos os vídeos abertos ao público postados no canal; abaixo do número 2 há uma lupa, na qual o usuário pode clicar e realizar uma busca textual, sendo uma ferramenta de extrema serventia quando já se sabe exatamente o que deseja assistir; ao lado do número 3, auxiliado pela indicação de uma seta azul, há a barra de rolagem. Ao utilizar essa barra, o usuário tem acesso a vídeos cada vez mais antigos do canal, pois os mais recentes ficam na parte superficial do canal, como podemos notar na imagem 8.

Dentre todos os vídeos disponibilizados, selecionei para análise 3 vídeos de cada canal, conforme os quadros 9, 10, 11 e 12:

**Quadro 8** - vídeos selecionados no canal do Elias Coutinho

<b>TÍTULO DO VÍDEO</b>	<b>DURAÇÃO</b>
Por que não alinhar todel e campana?   Trecho de LIVE   Elias Coutinho	5'48
Aproximação Cromática (Target Note)   Dica 29   Elias Coutinho	7'41
Dicas para iniciantes #04   Paciência   Elias Coutinho	4'51

**Fonte:** do autor, 2020

**Quadro 9** - vídeos selecionados no canal do Romualdo Costa

<b>TÍTULO DO VÍDEO</b>	<b>DURAÇÃO</b>
Superagudos no sax alto e sax tenor – Romualdo Costa	22'19
Aula de Sax com Romualdo Costa, pág. 13 nº 3, Amadeu Russo	12'48
Como estudar Am Harmônica - Prof. Romualdo Costa	8'

**Fonte:** do autor, 2020

**Quadro 10** - vídeos selecionados no canal do Ronaldo Marquetti

<b>TÍTULO DO VÍDEO</b>	<b>DURAÇÃO</b>
Dificuldade nas notas graves – Ajuste da chave do Sol#	8'43
Ornamentos - Grupeto	4'42
Improvizando com tríades sobre Mr Pc	5'55

**Fonte:** do autor, 2020

**Quadro 11** - vídeos selecionados no canal da Suelen Mondini

<b>TÍTULO DO VÍDEO</b>	<b>DURAÇÃO</b>
Digitação Básica no CLARINETE: aprendendo as notas NATURAIS / AULA DE CLARINETE	9'17
DICA RÁPIDA: Padrão de estudo de escalas maiores	5'16
A respiração e o VIBRATO: saxofone e clarinete / VÍDEO AULA DE SAX E CLARINETE	8'21

**Fonte:** do autor, 2020

De forma geral, as características que contribuíram para a seleção dos vídeos estão enquadradas em tutoriais: vídeos de curta duração, que não seguem uma sequência cronológica, aparentemente sem uma sistematização, com um sentido que estimula o espectador a “fazer por ele mesmo” (LOURENÇO, 2019, p.2). Seguindo essa definição, houve exclusões: vídeos de longa duração, vídeos que indicavam uma sequência cronológica de assuntos, vídeos de assuntos teóricos. Outros fatores que contribuíram para a seleção foram as características pedagógicas interpretadas no discurso dos entrevistados. Todos os participantes, durante as entrevistas, deram declarações nítidas sobre como organizam o conteúdo pedagógico, portanto, busquei vídeos que pudessem servir de exemplo, que representassem a materialização das concepções pedagógicas deles. Os primeiros vídeos selecionados de cada canal foram identificados no processo de entrevista, os entrevistados citaram um vídeo como forma de ilustrar o que estavam falando, não foi algo solicitado, mas surgiu espontaneamente e, compreendo como relevante para entender o fazer pedagógico de cada professor.

### 3.7.2 Processo de análise dos vídeos

Antes de adentrar na explicação de cada vídeo, considero importante situar o leitor sobre os elementos que compõem o contexto da produção. Dados como o título do vídeo, nome do canal, duração entre outros, são elementos que auxiliam na compreensão de forma geral. Sendo assim, para fins didáticos, destaquei pontos importantes que devem ser observados na avaliação de cada vídeo, enumerando-os de 1 a 8. Esta sistematização foi utilizada por Stadler (2019), servindo para guiar o olhar de um indivíduo interessado em conhecer o contexto do vídeo e, uma vez guiado, não será necessário colocar os números em todas as imagens do trabalho. Observe a imagem 5:

**Imagem 5** - observação guiada dos elementos relevantes de um vídeo no *YouTube*



**Fonte:** do autor, 2020

Após observar a imagem 5<sup>10</sup>, siga a descrição de cada ponto enumerado:

1- Título do vídeo: “Por que não alinhar todel e campana? | Trecho de LIVE | Elias Coutinho”. *Tags* utilizadas: #EliasCoutinhoSax; #Saxofone; #TrechoDeLIVE. O retângulo vermelho destaca o número de visualizações (27.331) até a data de análise (23 de maio de 2019);

10 Esta imagem foi modificada após a defesa da dissertação, na intenção de melhorar a qualidade visual dos dados mostrados. No entanto, os dados do texto permanecem em conformidade com a imagem original da data de análise.

- 2- Nome do canal: Elias Coutinho. Número de inscritos: 17 mil até a data de análise);
- 3- Duração do vídeo: 5 minutos e 48 segundos;
- 4- Relação entre *likes* e *deslikes*;
- 5- Vídeo recomendado automaticamente pelo *YouTube*;
- 6- Descritor utilizado para encontrar o vídeo: “elias coutinho todel campana”;
- 7- Pergunta de um inscrito do canal;
- 8- Local onde normalmente aparecem os anúncios do Google.

Tendo destacado esses elementos, cabe um olhar atento sempre que for preciso conhecer o contexto de um vídeo no *YouTube*.

Quando materiais em vídeo são analisados, o pesquisador se depara com o desafio de selecionar aquilo que vai ficar explícito, além de escolher os elementos que não vão ser abordados com a mesma atenção. Esta decisão está ligada ao modo como alguns pesquisadores têm analisado os vídeos, partindo da transcrição, convertendo os elementos audiovisuais em texto, como por exemplo: Stadler (2019); Batista (2014); Monteiro (2011); Corrêa (2018); Menegon (2013); Souza (2017); Ferreira (2018); Backes (2019) entre outros. Vale destacar que o processo de transcrição deve ser flexível, sendo capaz de adequar-se aos objetivos propostos no início do trabalho e, sobre isso Bauer, Gaskell afirmam:

[...] não há um modo de coletar, transcrever e codificar um conjunto de dados que seja ‘verdadeiro’ com referência ao texto original. A questão, então, é ser o mais explícito possível, a respeito dos recursos que foram empregados pelos diversos modos de translação<sup>11</sup> e simplificação. (BAUER e GASKELL, 2008, p.344)

Embora esse procedimento de transcrição esteja sendo útil e coerente nas pesquisas citadas, o *YouTube* não é apenas um repositório de vídeos *on-line*, segundo Burges e Green (2009, p.27) o *YouTube* “é um sistema de mídia estruturado e em evolução no contexto social e econômico de uma mudança mais ampla nos meios de comunicação e tecnologia.” Considerando a importância da participação dos usuários, compreendo que a análise se torna mais ampla ao olhar o feedback dos usuários através dos comentários. Além do mais, uma das formas de compreender como o vídeo foi recebido é observar a relação entre *likes* e *deslikes*, comentários, visualizações, o número de vídeo-resposta etc. (BURGES e GREEN, 2009, p.63). Corrêa (2018); Menegon (2013); Stadler (2019) são trabalhos que também consideram os comentários enquanto um elemento relevante para a análise.

---

<sup>11</sup> “Translação” é um termo utilizado por Bernstein (1995), o termo indica regras de organização e interação entre as linguagens. No nosso contexto, linguagem audiovisual e a linguagem escrita.

O processo de análise dos vídeos, neste trabalho, serve para compreender como os professores materializam suas concepções de ensino. Os comentários e os demais dados técnicos servem para dar uma ideia de como aquele material pedagógico se relaciona com o público. Por fim, os dados coletados na entrevista, juntamente com os conhecimentos provenientes da literatura são a base que auxilia na compreensão do fenômeno de forma mais ampla.

### **3.8 Procedimentos éticos**

A fim de garantir a integridade dos participantes da pesquisa, houve uma série de esforços para elaboração de um trabalho ético. Ainda na fase do projeto, esta pesquisa foi submetida à avaliação no Programa de Pós-Graduação em Música da UFPB, após a análise, o avaliador não detectou nenhum problema ético e autorizou o prosseguimento do processo de formalização da pesquisa.

O passo seguinte foi criar um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), conforme o apêndice C e, enviar o projeto de pesquisa ao Comitê de Ética da UFPB. O cadastro do projeto na Plataforma Brasil é obrigatório. Durante o processo de cadastramento, houve várias exigências metodológicas que são necessárias para manter os participantes da pesquisa em segurança. Os procedimentos listados neste trabalho não trazem prejuízo físico aos participantes, porém, foi necessário tomar cuidado com a “exposição inadequada de sujeitos vinculados aos saberes, fazeres e criações musicais [...]” (QUEIROZ, 2013b, p.10)

Após formalizar o projeto com as exigências da Plataforma Brasil, o projeto foi encaminhado ao Comitê de Ética que, após um mês, emitiu o parecer favorável ao andamento da pesquisa, permitindo minha entrada em campo, conforme o parecer de número 3.373.705 (Anexo 1).

Por fim, vale salientar que os participantes aceitaram utilizar os nomes reais nesta pesquisa. Esta concessão deles foi relevante para a coerência do trabalho, pois num estudo de caso dessa natureza, com *youtubers*, ocultar a identidade deles traria ao trabalho diversos problemas sistemáticos e conceituais.

### **3.9 Categorização dos dados**

Segundo Gil (2008, p.156-157), o estabelecimento de categorias faz parte do processo de análise e interpretação de boa parte das pesquisas, servindo principalmente para a função de

organizar as informações obtidas ao longo da pesquisa. No entendimento do autor, as categorias criadas devem ser úteis na para a análise de dados e, para isso, as categorias precisam seguir regras básicas: “a) o conjunto de categorias deve ser derivado de um único princípio de classificação; b) o conjunto de categorias deve ser exaustivo; e c) as categorias do conjunto devem ser mutuamente exclusivas. (SELLTIZ et al. 1967, p.441 *apud* GIL, 2008, p.157). Vale salientar que em pesquisas como esta, ou seja, estudos de caso, a categorização é uma tarefa difícil, principalmente por a metodologia não ser absolutamente padronizada (GIL, 2008, p.157).

A categorias de análise foram extraídas a partir do roteiro de entrevista, são elas: o ensino de saxofone no *YouTube*; a construção da figura do professor no *YouTube*; concepções pedagógicas sobre o ensino de saxofone no *YouTube*; tipos de vídeo; produção de conteúdo no *YouTube*; o *YouTube* como alternativa profissional para professores de música.

Neste ponto busquei identificar unidades de padrão, categorizá-las, organizar os resultados, compará-los e analisá-los (MOYSÉS e MOORI, 2007, p.7), mesmo que o contato com o campo tenha permitido mudanças. Posto isso, com o objetivo de conhecer as características pedagógicas e a estrutura de divulgação dos produtores, foi realizado uma triangulação das entrevistas com o que foi apreendido na análise dos vídeos, além de considerar as contribuições da literatura.

Para distinguir os produtores, foi importante responder questionamentos do tipo: onde estudou? Onde mora? Exerce qual profissão? Quais noções pedagógicas estão pressupostas em suas produções de vídeos? Quais recursos pedagógicos utiliza?

Após a execução dessas etapas, foi possível ter um relevante conhecimento sobre a realidade nacional do ensino de saxofone no *YouTube*, além de poder compreender como os produtores têm estruturado pedagogicamente, como estão divulgando o conteúdo, e como estes conteúdos estão sendo relevantes para os seus consumidores.

## 4 O ENSINO DE SAXOFONE NO *YOUTUBE*

Este capítulo aborda os canais dos produtores escolhidos, desde os formatos de vídeos pedagógicos até esclarecimentos sobre a atuação pedagógica dos participantes no *YouTube*. É possível delinear a formação profissional e artística dos professores entrevistados, além de entender o percurso até a decisão pela docência na *internet*.

### 4.1 Canais de ensino de saxofone no *YouTube*

O ensino de saxofone por meio dos vídeos no *YouTube* ainda é um tema pouco estudado na Educação Musical. No entanto, como consta na revisão bibliográfica, tem aumentado o número de estudos que refletem sobre o *YouTube* como um espaço pedagógico independente. Portanto, na intenção de auxiliar na compreensão dessa pedagogia musical no *YouTube*, optei por estruturar este capítulo buscando delinear separadamente o perfil de cada participante<sup>12</sup>, para depois realizar uma análise de forma que as peculiaridades e similaridades entre eles conversem entre si.

#### 4.1.1 Elias Coutinho

O canal homônimo de Elias Coutinho conta com 19 mil inscritos (01/05/2020). Esse número vem aumentando desde as primeiras observações, indicando o crescimento do canal. O produtor, através da aba “sobre”, dentro do canal do *YouTube*, traz a seguinte descrição:

Seja bem-vindo. Neste canal você encontrará vídeos de minhas participações em shows e vídeos de dicas sobre assuntos relacionados a música, improvisação, harmonia, utilização de software e muito mais. FIQUE À VONTADE. (COUTINHO, 2006<sup>13</sup>)

Dentro da aba *playlist*, o conteúdo do canal é dividido em seções como: interpretações; trechos de *live*; *live*; dicas para iniciantes; Elias responde; trechos de *workshop*; rotinas de estudo; homenagens; dicas semanais com Elias Coutinho; música e tecnologia; solos em *shows*; autorais; músicas inteiras de participações e outros; *Jam of the week* com Elias Coutinho.

Dentro das categorias criadas pelo produtor, a maior quantidade de vídeos produzidos está disposta na seguinte ordem: trecho de *live* (63 vídeos); dicas semanais com Elias Coutinho (60 vídeos); *live* (30 vídeos); Elias responde (24 vídeos). Dessa forma, observa-se que a maioria

<sup>12</sup> Neste trabalho, os nomes dos participantes estão dispostos sempre em ordem alfabética.

<sup>13</sup> <https://www.youtube.com/user/saxeli/about>



do conteúdo é produzida com intenção pedagógica. Até mesmo na categoria *live*<sup>14</sup>, os 30 vídeos disponíveis possuem inclinações pedagógicas. Isso fica perceptível a partir dos títulos utilizados para as *lives*, por exemplo, “Tirando dúvidas ao vivo”, ou ainda, “Improvisação – Perguntas e respostas”, “Dica de aplicativo” entre outros.

Para exemplificar a performance pedagógica do Elias Coutinho no *YouTube*, analisei inicialmente o vídeo “Por que não alinhar todel e campana? | Trecho de LIVE | Elias Coutinho”, conforme a imagem 6:

**Imagem 6** - captura de tela do vídeo “Por que não alinhar todel [...]”



**Fonte:** COUTINHO, 2019.

Os dados do vídeo relevantes para este trabalho estão sintetizados no quadro 12:

**Quadro 12** - dados sobre o 1º vídeo analisado

Título	Tema	Canal	Duração	Visualizações	Comentários	Likes x dislikes	Recursos de edição	Data de envio
Por que não alinhar todel e campana?   Trecho de LIVE   Elias Coutinho	Postura no saxofone	Elias Coutinho	5'48	27.331	100	2.000 x 20	Pergunta fixada no vídeo; pedido de <i>like</i> e inscrição através de recurso visual; vinheta de encerramento solicitando colaboração financeira	23 mai 2019

**Fonte:** do autor (2019)

<sup>14</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=Ld4hfl45BTU&list=PL\\_NxYdR3EyndgXMNM0CQP9ghPkXbU9WiW](https://www.youtube.com/watch?v=Ld4hfl45BTU&list=PL_NxYdR3EyndgXMNM0CQP9ghPkXbU9WiW)

O vídeo em questão é um recorte de uma *live*, na qual os alunos, de forma síncrona enviaram mensagens para o professor Elias Coutinho. Dentre as mensagens enviadas, é comum que os espectadores tirem dúvidas sobre diversos assuntos do saxofone ou de música em geral. Este formato de vídeo ao vivo, *live*, é comum entre os participantes da pesquisa pelo fato da comunicação síncrona facilitar a interação, como revela o entrevistado: “há um contato mais direto com as pessoas” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Além disso, é possível utilizar vários trechos das *lives* a fim de alimentar o conteúdo do canal, como é o exemplo desse vídeo postado no seu canal. Sobre esse reaproveitamento de material, Coutinho (em entrevista, 2019) explica que no início do canal ele não gostava de realizar cortes durante os vídeos, porque as pessoas poderiam pensar que ele não era capaz de criar um discurso linear e sem recursos de edição. No entanto, com o passar do tempo, Coutinho passou a adotar essa estratégia de recortar várias partes do vídeo, nas palavras dele:

Eu tinha medo de as pessoas me acharem medíocre, mas depois eu percebi que esse recurso otimizaria muito meu tempo, porque de um vídeo só eu posso trabalhar vários temas e, depois extrair esses momentos e criar vídeos individuais. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Sendo assim, o 1º vídeo, apesar de ter sido extraído de uma *live*, é um tutorial em sua essência, já que se trata de um vídeo instrucional onde o professor ensina algo sem ter o aluno presente. Segundo o produtor, o vídeo compõe um quadro do canal, nomeado “Trecho de LIVE”. O vídeo em questão já se inicia com a pergunta principal, sem nenhum tipo de abertura. A propósito, o questionamento do inscrito é feito através de um conjunto de perguntas que deram origem ao tema “postura”. O usuário *dragona aquino* perguntou: “Professor, qual postura o aluno deve ter ao saxofone? Me refiro à forma de como segurar o instrumento, à forma da postura do corpo, mãos e dedos, cabeça e à forma de regular a correia do sax?”. Para responder ao espectador, o professor Elias Coutinho se levanta da cadeira a fim de demonstrar como se posicionar na prática. A explicação é iniciada com o professor falando que o saxofone permite ao músico regular algumas partes do instrumento para que o ato de tocar seja confortável, fazendo com que o instrumento se adeque à postura natural do corpo de cada saxofonista. O professor fala, “é a postura que você fica em pé falando com alguém, ou sentado falando com alguém”, prontamente, após posicionar-se da forma indicada, ele começa a tocar algumas frases no saxofone, demonstrando que está posicionado de forma confortável, que não há impedimentos físicos o atrapalhando.

Ao explicar seu modo de ver o tema, o professor traz outras perguntas em seu discurso, por exemplo: “tem gente que me pergunta ‘Elias, me fale sobre aquecimento antes de tocar, ou depois de tocar, o que você indica sobre isso?’” (1:07). Vale perceber que até este ponto não

houve nenhum apelo de inscrição, ou algum apelo para curtir o vídeo, compartilhar etc. Esses apelos são comuns entre os *youtubers* (STADLER, 2019), no entanto, de forma discreta, no minuto 1:11, o produtor utiliza um recurso visual enquanto fala, este recurso é o próprio sinal utilizado para indicar a ação de “gostar do vídeo”. Durante o vídeo, o produtor demonstrou compreender que, ao tocar com a postura correta, pode não haver a necessidade de realizar um aquecimento antes de tocar o instrumento, entretanto, por volta de 1:46 ele afirma que de vez em quando, em situações que ele sente algum desconforto muscular, é necessário realizar alguns “alongamentos”, os quais ele demonstra na prática. Elias também recomenda que o estudante pare de tocar caso sinta qualquer sinal de dor. Em 2:08, um recurso visual semelhante ao que induz o espectador a curtir o vídeo, é introduzido indicando a ação de “se inscrever no canal”. Através desses recursos visuais, o professor evita de pedir *likes* e inscrições de forma direta e incisiva.

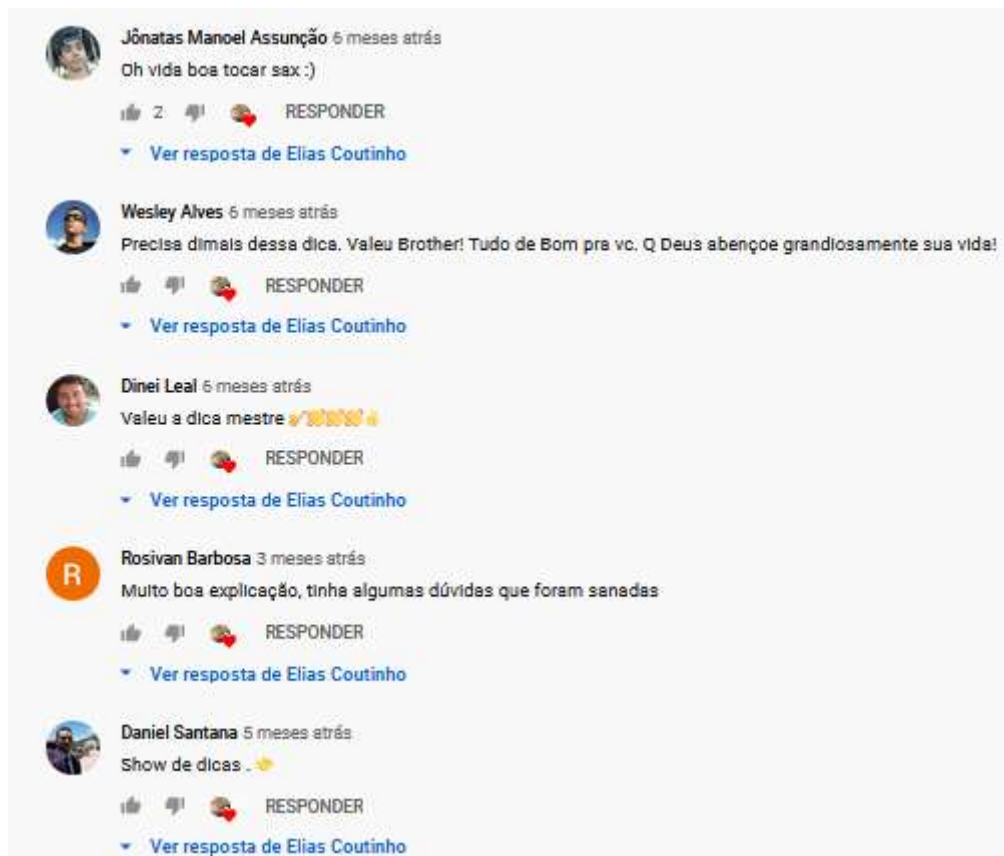
Mantendo a linguagem sempre num nível coloquial, o produtor aposta na demonstração com o instrumento para explicar o que é verbalizado, em 2:27 ele começa a movimentar o todel do saxofone, mostrando como ele alinha para que possa tocar de forma confortável ao seu corpo. Em 2:35 ele demonstra uma forma incorreta de alinhar o todel, alinhando com a campana, com isso ele demonstra como a articulação do pulso direito fica antinatural, fazendo o saxofonista exercer um esforço além do que necessita, podendo ter algum tipo de lesão no futuro. Outro recurso que o produtor utiliza é a aproximação da câmera, não em forma de *zoom*, ele fica próximo à câmera para mostrar, por exemplo, que o braço direito ficou excessivamente tensionado enquanto ele utilizou o todel alinhado com a campana do sax. Novamente, em 3:17, o produtor utiliza aquele recurso visual solicitando que o espectador curta o vídeo.

Outro recurso didático do professor é mudar o posicionamento do corpo perante a câmera, por volta de 3:50 ele se posiciona de lado, para mostrar como o corpo dele ficou após o alinhamento correto do saxofone, tanto do todel, quanto a regulagem da correia. O recurso visual que solicita que o espectador se inscreva no canal aparece novamente em 4:14. Após a construção da explicação, o professor finaliza o discurso afirmando que ao seguir as orientações, o saxofonista pode tocar por várias horas. Na conclusão ele também fala o nome do usuário que enviou a pergunta, estabelecendo um contato direto, num tom de conversação: “[...] então sobre a questão dos ajustes, é isso, Aquino” (5:06). O professor agradece ao usuário pela interação e encerra o vídeo. Logo em seguida, já com a ajuda da edição, uma mensagem em vídeo, padrão do canal, é exibida e, nela o produtor conversa olhando para a câmera, como estivesse conversando pessoalmente com o espectador. Nessa mensagem ele pede que as pessoas curtam o vídeo e se inscrevam no canal, além disso, também tem os créditos, onde é

possível ver a equipe de produção, composta pelo próprio Elias Coutinho, por Eliezer Junior e Rogério Cassiano. Nesse espaço, também aparece o nome de todos os apoiadores, que financiam o canal através do projeto *Catarse*. O vídeo termina com uma música de fundo e com o aparecimento da logo do Elias Coutinho.

Vale destacar a qualidade técnica do vídeo, mesmo tendo sido extraído de uma *live*, a resolução de imagem e áudio são nítidas. Tenho notado que, nesses vídeos ao vivo é comum ocorrer travamentos, a imagem borrar, o áudio travar, o que não ocorreu no vídeo analisado. A proporção de pessoas que registraram aprovação por meio de *likes* supera com larga vantagem a proporção das pessoas que não gostaram do vídeo. 2 mil *likes* contra 20 *deslikes*. Nos 141 comentários são encontrados elogios e agradecimentos. Os comentários abaixo ilustram essa aceitação positiva por parte dos usuários. Isto fica perceptível na imagem 7:

**Imagem 7** - captura de tela dos comentários dos usuários elogiando Elias

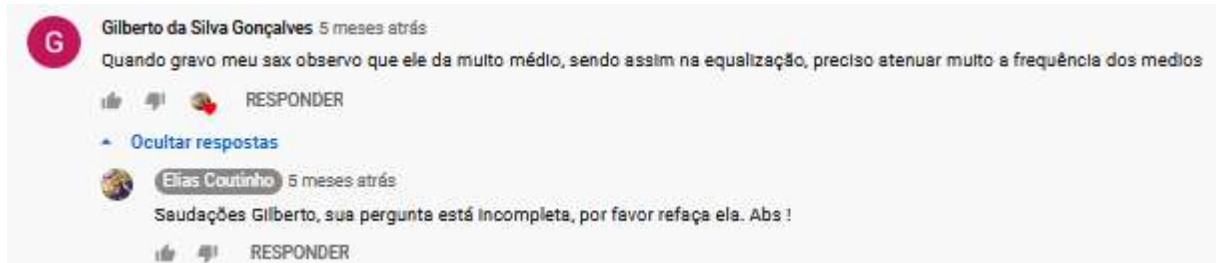


**Fonte:** Comentários no vídeo de COUTINHO, 2019

Apesar da alta taxa de aceitação e do engajamento produtivo, nem tudo no *YouTube* acontece de forma tão precisa. Todos os produtores entrevistados nesta pesquisa mencionaram a dificuldade saber se a dica/aula serviu realmente para o espectador. Quando a comunicação não é precisa, nem produtor, nem espectador conseguem desempenhar plenamente suas

funções. O comentário feito pelo usuário Gilberto da Silva Gonçalves ilustra as limitações que podem surgir nesse tipo de interação. Observe a imagem 8:

**Imagem 8** - captura de tela onde usuário interagem com o produtor

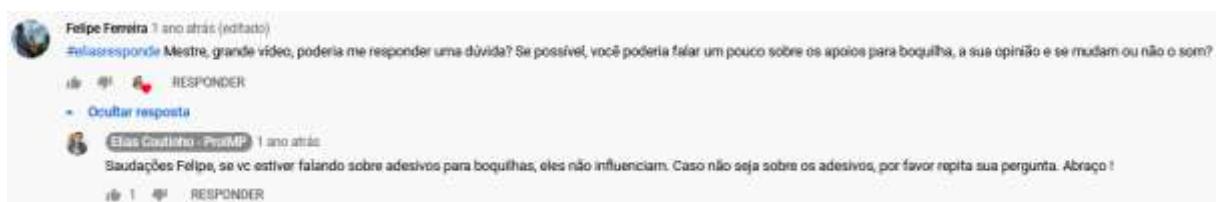


**Fonte:** Comentários no vídeo de COUTINHO, 2019

Ao observar a imagem 8, percebemos que mesmo a pergunta tendo sido elaborada e respondida, é possível notar que o aluno não refez a pergunta, fazendo com que aquela interação inicial não tenha levado o aluno para a conclusão da pergunta elaborada. Neste caso, a dúvida não foi respondida, principalmente pelo fato de não ter sido clara para o produtor e professor.

Além de elogiar, os inscritos também são importantes para a alimentação de conteúdo do canal, principalmente na sugestão de novos temas a serem abordados pelo professor. Como no exemplo da imagem 9, onde um usuário fomenta uma dúvida que pode gerar um novo tema de vídeo:

**Imagem 9** - captura de tela onde os usuários retroalimentam o canal



**Fonte:** Comentários no vídeo de COUTINHO, 2019

Este tipo de engajamento exemplificado pela imagem 13 costuma ser comum nesse contexto de aprendizagem. Burgess e Green (2009, p.32) afirmam que no *YouTube* os “consumidores podem atuar como produtores”. Quando um inscrito sugere o tema e o produtor produz um vídeo, aceitando a sugestão e respondendo uma dúvida, teria o inscrito participado da produção de conteúdo? No meu entender, sim, pois, ao que indica Silva, Pesce, Zuim (2010), os processos pedagógicos dentro da lógica das redes têm base na comunicação e interação. Por

fim, o quadro 14 sintetiza os principais recursos utilizados na estruturação do vídeo de Elias Coutinho:

**Quadro 13** - características do Elias Coutinho

<b>LINGUAGEM</b>	Em tom de conversação, simulando por vezes um diálogo, antecipando possíveis perguntas e respondendo-as.
<b>RECURSOS PEDAGÓGICOS</b>	Utilização de perguntas que ajudam a elucidar o tema; posicionamento do corpo em diferentes distâncias e ângulos perante a câmera; demonstrações práticas; utiliza ilustrações verbais (“é como se você estivesse conversando com alguém”).
<b>RECURSOS DE EDIÇÃO</b>	Mensagens visuais solicitando a inscrição no canal; mensagens visuais solicitando que o vídeo seja curtido; vinheta de encerramento.

Fonte: do autor (2020).

#### 4.1.2 Romualdo Costa

O canal de Romualdo Costa, nomeado como “Romualdo Costa Saxofonista”<sup>15</sup>, conta com 9 mil inscritos em maio de 2020. De forma semelhante ao canal do Elias Coutinho, o “Romualdo Costa Saxofonista” também tem crescido. Na época das entrevistas o canal contabilizava cerca de 7 mil inscritos. O canal “Romualdo Costa Aulas”<sup>16</sup>, veículo utilizado

<sup>15</sup> <https://www.youtube.com/user/romualdosaxofonista2/featured>

<sup>16</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCATRekn2IuiAbAMXiSe4zFA>

pelo produtor para difundir exclusivamente conteúdos pedagógicos teve o funcionamento interrompido. Desta forma, todo conteúdo pedagógico passou a ser produzido no “Romualdo Costa Saxofonista”. Apenas a nível de comparação, o canal “Romualdo Costa Aulas” possui a seguinte descrição: “Canal só de aulas do Professor de Música e Produtor Musical Romualdo Costa. Inscreva-se e fique ligado!”. Através da descrição apresentada, é possível interpretar que 100% do conteúdo do canal era pedagógico. Já no canal “Romualdo Costa Saxofonista”, de onde foi extraído os vídeos analisados, a descrição possui um caráter mais generalista, com uma intenção de abranger um público mais diverso, como foi revelado durante a entrevista. Observe a diferença da descrição deste canal em relação à anterior:

Olá. Seja Bem-Vindo a este Canal. Este é o canal oficial do meu trabalho como músico. Estarei sempre postando meus vídeos por aqui nos mais diversos trabalhos e com vários instrumentos, tocando diversos estilos de música! Clique em Inscrever-se e acompanhe todo o meu trabalho. Obrigado. (COSTA, 2009<sup>17</sup>)

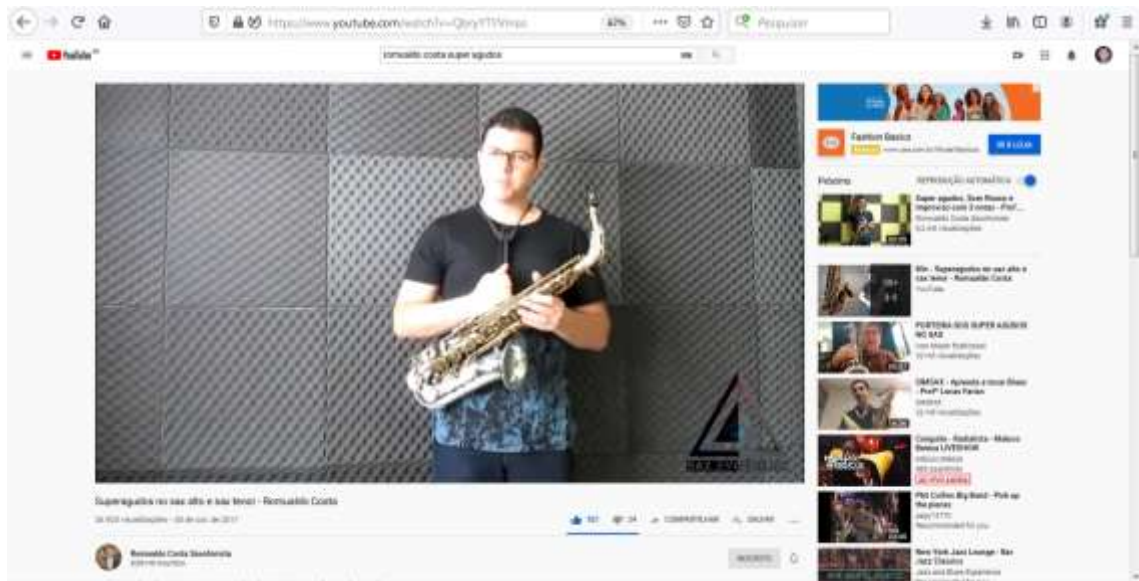
Diferente do produtor Elias Coutinho, Romualdo não separou o conteúdo por seções através da ferramenta *playlists*. Dessa forma, as indicações sobre a variedade de conteúdo produzido no canal foram feitas através de uma observação geral, apenas pelos títulos dos vídeos e, pelas informações concedidas durante a entrevista. Observando apenas os títulos é possível encontrar apresentações em eventos, apresentações em programas de TV, *cover* de artistas em geral, vídeos pedagógicos, apresentações de *workshops* em igrejas entre outros.

Para exemplificar a performance pedagógica do Romualdo Costa no *YouTube*, analisei inicialmente o vídeo “Superagudos no sax alto e sax tenor - Romualdo Costa”, conforme a imagem 10:

---

<sup>17</sup> <https://www.youtube.com/user/romualdosaxofonista2/about>

**Imagem 10** - captura de tela do vídeo de Romualdo



**Fonte:** COSTA, 2017

Os dados do vídeo relevante para este trabalho estão sintetizados no quadro 14:

**Quadro 14** - dados sobre o vídeo de Romualdo Costa

Título	Tema	Canal	Duração	Visualizações	Comentários	Likes x dislikes	Recursos de edição	Data de envio
Superagudos no sax alto e sax tenor – Romualdo Costa	Digitação das notas agudíssimas	Romualdo Costa Saxofonista	22'19	26.920	100	921 x 24	Logomarca do patrocinador, partitura, imagem de saxofone, círculos e setas, <i>zoom</i> .	30 out de 2017

**Fonte:** do autor, 2019

O vídeo tem início de forma direta, sem vinheta, Romualdo Costa se apresenta como saxofonista, professor de sax, produtor musical e multi-instrumentista. Nesta introdução ele apresenta o tema “Digitação das notas agudíssimas”, buscando inicialmente propor uma conceituação do tema. Em linguagem coloquial, o professor entende que os superagudos são “[...] aquelas notas que não fazem parte do padrão do saxofone”. Para aprofundar a explicação, Romualdo fala sobre a escala cromática no saxofone e indica a partir de qual nota inicia a região agudíssima do instrumento. Para indicar a posição da nota F# na região agudíssima, o produtor vira o instrumento, mostrando a parte lateral onde fica a chave. Apesar de não aparecer recursos de edição até 2:00’, a logomarca do patrocinador, *Sax Evolution*, se faz presente durante todo o vídeo.

Para explicar a posição de algumas notas, o produtor também utiliza nomes populares para indicar quais chaves acionar, por exemplo, em 2:11’ ele chama a chave do Ré da “primeira Maria”. Também é possível notar a preocupação do professor em deixar claro a aplicação do



estudo, em 2:48 ele mostra que é possível utilizar digitações diferentes para executar certas passagens musicais. Para isso, é mostrado um exemplo na tonalidade de Sol Maior, no canto inferior da tela aparece uma partitura com a escala de Sol maior, escrita da região média do saxofone. Embora ele execute a escala uma oitava acima do que é escrito, provavelmente a partitura apareceu escrita uma oitava abaixo para facilitar a leitura dos estudantes iniciantes. Outro recurso pedagógico utilizado pelo professor é o exagero, em 3:12' ele levanta os dedos bem mais que o normal, principalmente para destacar as posições (quais chaves são acionadas), embora ele alerte “o bom mesmo é que seus dedos fiquem nas chaves”, ou seja, próximos do instrumento.

Para facilitar a visualização de algumas posições, o produtor utiliza o *zoom* como recurso de edição. Este recurso é utilizado com frequência no vídeo, sempre que o professor precisa destacar alguma posição no saxofone. Outro recurso de edição que facilita a visualização as posições é a projeção de um saxofone na tela. Além de projetar o instrumento, há setas que apontam para as chaves que devem ser acionadas. Observe o uso deste recurso na imagem 11:

**Imagem 11** - captura de tela mostrando recurso visual projetado no vídeo



**Fonte:** COSTA, 2017.

Considerando que nem todos os saxofones são iguais, o produtor também utiliza recursos de edição para fazer comparações entre modelos de chaveamento. Observe essa comparação na imagem 12:

**Imagem 12** - captura de tela com a comparação entre modelos de chaveamento



**Fonte:** COSTA, 2017.

Aos 6 :00' Romualdo utiliza o recurso do canto, ele canta enquanto executa as posições das notas. No decorrer do vídeo é comum o professor reproduzir possíveis perguntas dos alunos, como em 7:43': “E o Lá, professor? Onde é?”. Romualdo responde de forma confiante: “O Lá é aqui!”. Prontamente mostra a posição da nota, com o auxílio visual semelhante ao da figura 2.

Compreendendo o excesso de informações contidas no vídeo, Romualdo orienta o espectador a pausar a reprodução do vídeo e observar como as posições são feitas. A recapitulação também é utilizada como recurso pedagógico, o produtor fala diretamente para o espectador: “[...] lembra como fizemos o Sol? Então, mude a embocadura através da flexibilidade e teremos o Dó”.

O professor reforça que, além das dificuldades de digitação e embocadura, as notas agudíssimas exigem que o instrumento esteja com a manutenção em dia. Outro ponto enfatizado por Romualdo, em 12:03', diz respeito à importância das palhetas, pois, se elas estiverem velhas a execução se torna ainda mais difícil. Esse tipo de alerta pode ser fundamental para o estudante.

A partir de 13:14' o produtor troca o sax-alto pelo sax-tenor e, mostra as posições das notas superagudas nesse segundo instrumento. Embora tenha trocado o instrumento, em 14:01 o produtor explica que é possível utilizar as mesmas posições em várias notas.

Um ponto que vale ser destacado no vídeo é o entrelaçamento de conteúdo, pois embora o tema leve o espectador a encontrar as posições das notas agudíssimas, o professor Romualdo

contextualiza o tema do vídeo com outro assunto, a “flexibilidade”. Em 17:21 ele conceitua “flexibilidade” como “[...] os ajustes que fazemos utilizando a língua e a laringe”. Na concepção dele, é importante que o aluno domine “flexibilidade” antes de estudar as notas do vídeo, pois em algumas ocasiões, as posições ensinadas não garantem que as notas saiam dentro do padrão de afinação convencional, sendo necessário realizar ajustes. Isso é perceptível em 18:20’, quando ele ensina a posição da nota Sol no registro superagudo, há uma indicação verbal que a nota soa com a afinação alta e, para corrigir essa imperfeição, o aluno deve utilizar da “flexibilidade” para abaixar a afinação da nota.

Em 21:10’ o professor, de forma animada, explica que a mesma nota pode ter muitas posições e, isso facilita a execução do saxofonista, pois há diversas possibilidades de executar uma mesma passagem musical. Para fazer essa explicação, o professor repete um recurso pedagógico utilizado, ele verbaliza perguntas que podem ser feitas pelos alunos que estão assistindo o vídeo: “Professor, por que temos tantas posições?”. Ele brinca dizendo: “Graças a Deus que temos muitas opções”.

Ao final do vídeo o produtor admite que a duração ficou longa, mas, minimiza o fato afirmando que utilizou 2 instrumentos musicais no mesmo vídeo. Nesse momento, o produtor aproveita para falar que está sendo patrocinado pela *Jansen Sax*, empresa fabricante do *Sax Evolution* - instrumento utilizado no vídeo. Ainda neste encerramento, em 22:03’, Romualdo convida o espectador para acessar seu site pessoal e poder olhar quais equipamentos estão sendo utilizados para a gravação do vídeo (saxofone, palheta, correia, boquilha). Ele se despede do público deixando algo em aberto: “Até a próxima.”.

O vídeo em questão se destaca dos demais vídeos analisados pelo fator tempo. Segundo os padrões observados nessa pesquisa, um vídeo com mais de 20 minutos de duração já pode ser considerado como longo. No entanto, o produtor explicou como executar notas com digitações específicas em dois instrumentos diferentes, isso pode ter contribuído para o tamanho do vídeo. Devido a esse fator, os inscritos colaboram entre si, indicando o minuto exato em que começa um assunto que os interessa. Constate isso através imagem 13:

**Imagem 13** - captura de tela com indicação de minuto por um usuário



**Fonte:** Comentários no vídeo de COSTA, 2017.

Ainda na imagem 13 é possível perceber outro usuário tentando “encurtar o caminho”, perguntando em qual minuto começa a explicação no sax-alto. No entanto, apesar de não agradar todos os inscritos, o fator tempo nos vídeos do produtor Romualdo não é algo que o preocupa tanto. Percebe-se isto pelas próprias palavras do produtor durante a entrevista: “[...] sinceramente, não me importo com o tempo” (COSTA, em entrevista, 2019). Contudo, a proporção em *likes* (921) supera a de *deslikes* (24), há vários comentários elogiando o professor Romualdo e sua didática. Como podemos constatar na imagem 14:

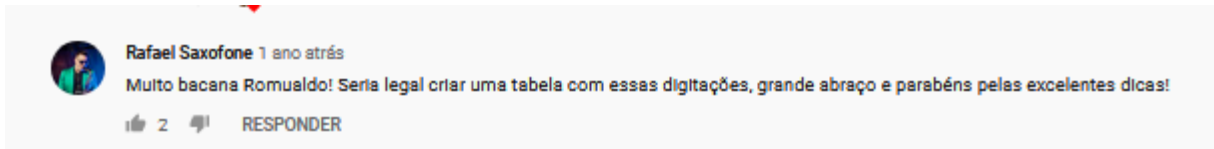
**Imagem 14** - captura onde usuários elogiam Romualdo



**Fonte:** Comentários no vídeo de COSTA, 2017.

Vale destacar a importância dos usuários para a melhoria do conteúdo. Algumas sugestões podem tornar o vídeo ainda mais fácil de compreender. Observe o comentário na imagem 15:

**Imagem 15** - captura de tela com sugestão de melhoria de conteúdo



**Fonte:** Comentários no vídeo de COSTA, 2017.

O vídeo que está sendo analisado, mesmo que traga um conteúdo relevante para os espectadores, não deixa de ser uma propaganda do *Sax Evolution*, esse fato foi confirmado pelo produtor em nossa entrevista. Este caráter de propaganda mesclada com conteúdo pedagógico tem agradado alguns usuários, inclusive despertando interesse na aquisição do produto. Sobre o interesse despertado nos usuários, destaco o comentário da imagem 16:

**Imagem 16** - captura de tela: usuário se interessa por saxofone da patrocinadora



**Fonte:** Comentários no vídeo de COSTA, 2017.

Nesse vídeo, através do *feedback* dos usuários, compreendo que o produtor Romualdo Costa atingiu três objetivos: desenvolver a explicação do tema, promover a marca de saxofone, promover-se como professor *on-line*. É possível notar o interesse de um usuário pelas aulas ministradas *on-line* pelo produtor na imagem 17:

**Imagem 17** - captura de tela: usuário busca ter aulas com Romualdo



**Fonte:** Comentários no vídeo de COSTA, 2017.

Por fim, a estrutura básica do vídeo de Romualdo está sintetizada no quadro 15:

**Quadro 15** - características do Romualdo Costa

<b>LINGUAGEM</b>	Em tom de conversação, simulando por vezes um diálogo, onde o aluno pergunta e o professor responde.
<b>RECURSOS PEDAGÓGICOS</b>	Utilização de perguntas que ajudam a elucidar o tema; demonstrações práticas; utilização de exageros (dedos excessivamente levantados para facilitar a visualização das posições); recapitulação do que foi ensinado (“lembra de como fizemos isso? Agora mude apenas esse dedo”); Canto (canta como algumas notas devem soar); diálogo entre assuntos que complementam a explicação do tema.
<b>RECURSOS DE EDIÇÃO</b>	Aproximação da câmera por meio do recurso <i>zoom</i> ; utilizações de imagens de saxofone e de setas que indicam determinadas chaves a serem acionadas; logo da patrocinadora.

Fonte: do autor (2020)

#### 4.1.3 Ronaldo Marquetti

O canal do produtor Ronaldo Marquetti é o “Escola de Saxofone”<sup>18</sup>, contabilizando 17,6 mil inscritos (04/05/2020). Assim como os canais citados, o canal desse produtor também tem crescido. Na descrição do canal o produtor pretende deixar claro a direção dos conteúdos postados: “Este canal se destina a propagar o ensino de saxofone a distância e divulgar aulas, entrevistas e vídeos de minhas apresentações e shows.” (MARQUETTI, 2016<sup>19</sup>).

O conteúdo é organizado através de *playlists*, sendo dividido em seções como: aulas ao vivo; exercícios sobre escalas maiores; vídeos de *shows* e apresentações; ornamentos;

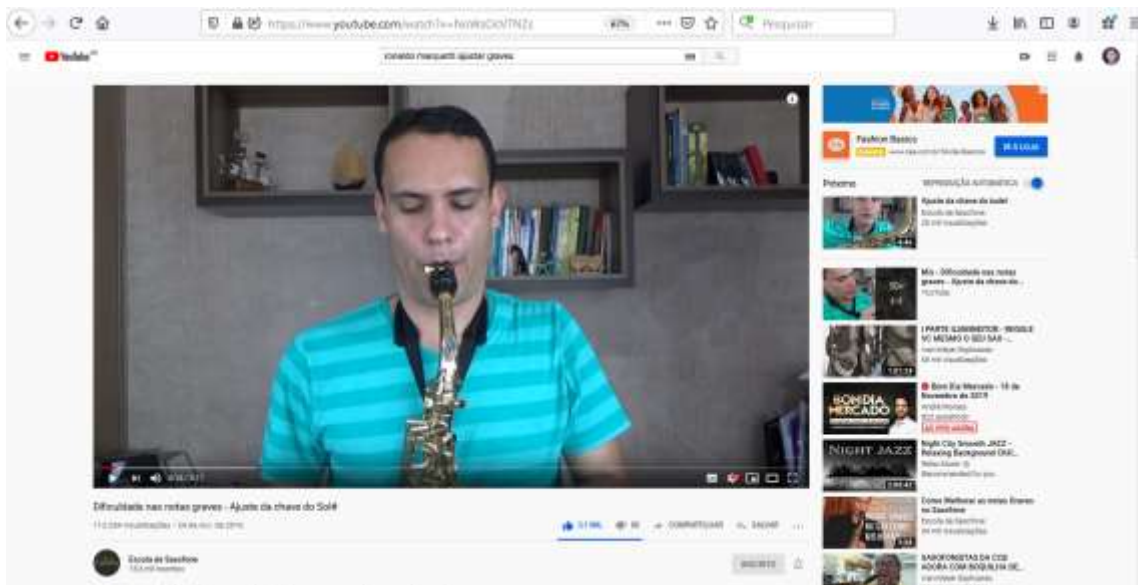
<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC-Gx9VzbEKqHtgoMUW8wyHQ/featured>

<sup>19</sup> <https://www.youtube.com/channel/UC-Gx9VzbEKqHtgoMUW8wyHQ/about>

sonoridade no saxofone – como melhorar; improvisação; dicas de harmonia; superagudos no sax. Coerente com a descrição do canal, os conteúdos da *playlist* apresentam inclinações pedagógicas. Essa intenção pedagógica é destacada através de palavras como “exercícios”, “aulas”, “dicas” etc.

Para exemplificar a performance pedagógica do Ronaldo Marquetti no *YouTube*, analisei inicialmente o vídeo “Dificuldade nas notas graves - Ajuste da chave do Sol#”, conforme a imagem 18:

**Imagem 18** - captura de tela do vídeo “dificuldade nas notas graves”



**Fonte:** MARQUETTI, 2016.

Os dados do vídeo relevante para este trabalho estão sintetizados no quadro 15:

**Quadro 16** - dados do 3º vídeo de Ronaldo Marquetti

Título	Tema	Canal	Duração	Visualizações	Comentários	Likes x dislikes	Recursos de edição	Data de envio
Dificuldade nas notas graves – Ajuste da chave do Sol#	Regulagem de peças do instrumento	Escola de Saxofone	9:18'	112.254	249	3,1 mil x 80	Vinheta de abertura	24 nov de 2016

**Fonte:** do autor, 2019

O vídeo se inicia com uma vinheta de abertura, com uma música de fundo (tema: Nosso Louvor. Autor: Ronaldo Marquetti), aparece o nome do professor Ronaldo Marquetti e o

endereço eletrônico da “Escola de Saxofone”. Após a vinheta, o professor já aparece tocando saxofone *a cappella* e, de repente ele começa a errar nas notas graves, não conseguindo executá-las. Após isso, ele verbaliza: “Não é possível! O que está acontecendo? Meu instrumento não toca mais as notas graves... Bb, B, C#. Vou ter que mandar para um luthier, ver o que ele vai fazer, com certeza vou ter que reformar e gastar uma grana.”. Todo esse primeiro momento foi uma interpretação de personagem, ainda que timidamente, o professor atua como se fosse um estudante de saxofone que tem problemas técnicos com o instrumento, mas não sabe exatamente qual é esse problema. Depois dessa interpretação, Ronaldo altera o timbre de voz, olha diretamente para a câmera e alerta: “cuidado! Pode não ser tanta coisa assim”. Ou seja, talvez o aluno não tenha tantos problemas quanto pensa.

Depois de alertar o espectador, o produtor começa a explicar sobre a mesa do saxofone (um conjunto de chaves: G#, C#, B, Bb), falando como funciona o mecanismo daquela região. Para facilitar a visualização, o professor aproxima o sax da câmera, apontando para a mesa, além, disso, ele aciona diversas chaves para exemplificar o comportamento das peças que compõe aquele conjunto de chaves chamado “mesa”. Há uma preocupação em fazer o público compreender em quais ocasiões uma peça cumpre a função de abafar o instrumento e, em quais ocasiões a peça levanta, tendo a função de modificar a altura da nota G#. Essa explicação é feita de forma cautelosa, pois o espectador precisa compreender que se a peça levantar em um momento inadequado, ou seja, no momento que ela deve exercer a função de abafar o instrumento, as notas graves não vão soar.

Para facilitar a visualização do comportamento das chaves do saxofone, o professor mostra o saxofone de forma frontal, depois o mostra lateralmente, inclina-o e, alterna esses movimentos de acordo com a explicação, além de se afastar ou se aproximar da câmera.

Outro alerta é feito durante o vídeo: “[...] um luthier muito mal informado pode estragar seu instrumento”. O professor explica que se o luthier remover uma extensão da chave G#, todo mecanismo de ajuste fica comprometido, fazendo a mesa parar de agir conforme foi projetada. Um aviso importante é dado sobre essa intervenção incorreta: “[...] isso não se faz, o cara destruiu o saxofone!”. Outro recurso pedagógico utilizado neste momento é a analogia. Ronaldo compara a importância que as peças do saxofone exercem para o funcionamento do instrumento com as peças de um motor de carro, nesse sentido, se uma peça for removida do motor, o carro não vai funcionar corretamente, cada peça foi projetada para cumprir uma função, não está ali sem motivo. Este mesmo raciocínio é utilizado para o saxofone.

Depois dessas ressalvas, o produtor faz a pergunta que gerou o tema do vídeo: “Por que minhas notas graves C#, B e Bb não saem?”. Ele próprio responde, “porque tem uma regulação



aqui!”, e mostra indicando com o dedo o parafuso responsável por ajustar uma sapatilha ligada ao G#. Para facilitar a visualização desse parafuso o professor inclina o sax e aproxima-o da câmera. Durante o vídeo, percebe-se que o parafuso indicado pelo professor está desregulado, algo propositalmente feito para fins didáticos.

No decorrer do vídeo, o produtor auxilia o espectador a compreender quando o parafuso está desregulado, ensinando quais notas executar para observar se a chave se levanta em momentos inapropriados. Então, Ronaldo pega uma chave de fenda pequena e começa a regular o parafuso. Durante a regulagem, o professor pergunta: “Como vou regular esse parafuso, professor? Como?”. A resposta vem em seguida, em um tom que busca acalmar o aluno: “Com muito cuidado”. Em seguida, ele aperta um pouco o parafuso e, aciona o conjunto de chaves que mostram se a peça está cumprindo a função de abafar da forma correta. Neste momento do vídeo, o problema foi aparentemente resolvido. No entanto, esse tipo de problema é difícil de ser percebido para o estudante, então o professor utiliza outro recurso, o exagero. O professor volta a desregular o parafuso, no entanto, ele não desregula da forma convencional, há certo exagero, ele procura deixar a peça visivelmente desregulada, afrouxando bastante o parafuso, facilitando uma visualização clara do problema.

O processo de regulagem volta a acontecer e, enquanto o ajuste é feito, Ronaldo explica a importância de realizar ajustes delicados, de pouco em pouco. Após a conclusão do ajuste, o professor pega o saxofone e volta a tocar, dessa vez ele não interpreta um personagem, mas sim, toca normalmente. Ao tocar algumas frases e explorar a região grave do instrumento, é possível perceber que aquele problema foi resolvido. O produtor toca várias vezes as notas graves, as quais não estavam soando no início do vídeo e fala: “Voltou o meu grave!”. Esse modo de mesclar a explicação verbalizada com o fazer na prática mostra como o produtor construiu o seu jeito de dar aulas no *YouTube*.

Durante a execução das notas graves, o áudio distorce um pouco, o que pode indicar que a captação foi feita através de um microfone não adequado para o saxofone. No entanto, vale salientar que o áudio só distorceu nessa região, nos demais momentos do vídeo, não há nenhuma falha. Essa região do saxofone soa muito forte e, por meio de gravações pessoais, percebo que é necessário ter cautela com o volume de entrada do saxofone captado pelo microfone, não é uma região tão simples de captar.

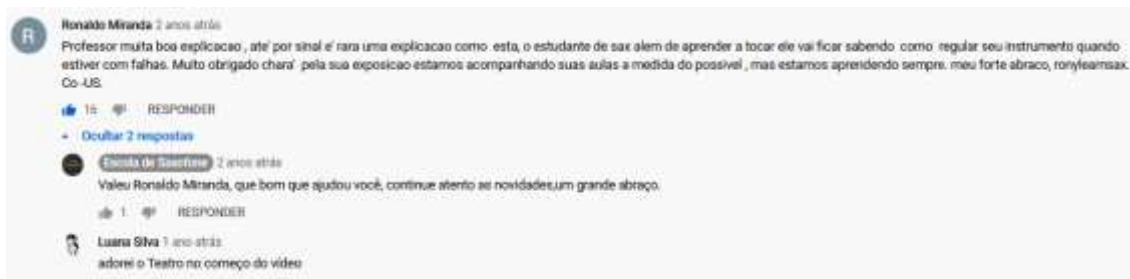
Para encerrar as explicações, Ronaldo questiona: “Deu pra entender?! É mais um ajuste que estou passando pra vocês”. Em seguida, agradece aos seus inscritos e faz um apelo para que as pessoas curtam o vídeo, se inscrevam no canal, compartilhem o vídeo, curta a *fanpage* do *Facebook*. Além desses avisos, o produtor também faz uma propaganda rápida da “Escola

de Saxofone”, lembrando que o estudante tem acesso à ajuda dele e, que essa ajuda é facilitada através de diversos recursos como o *WhatsApp* e o chat do *Facebook*. Depois disso, ele se despede mandando um abraço e deixa em aberto sua aparição no *YouTube*: “Até a próxima!”.

Apesar de ser um vídeo sem muitos recursos de edição, apoiado principalmente no poder de explicação com apelo prático do professor, foi um vídeo bem aceito pelo público. O vídeo não se estende por muitos minutos e o professor tem um discurso direto. A proporção de curtidas e não curtidas registradas pelo marcador de *like x dislike* indica uma aceitação alta, pois mais de 3 mil pessoas indicaram que gostaram do vídeo, enquanto apenas oitenta pessoas indicaram que não gostaram.

O engajamento, ou seja, a interação do produtor com os inscritos, também parece satisfatória nesse vídeo. A publicação do vídeo no *YouTube* rendeu 249 comentários, até a data de análise. O comentário da imagem 25 expressa o quanto o vídeo foi valioso para um usuário, além de expressar a importância de uma das estratégias pedagógicas utilizada pelo produtor, a encenação:

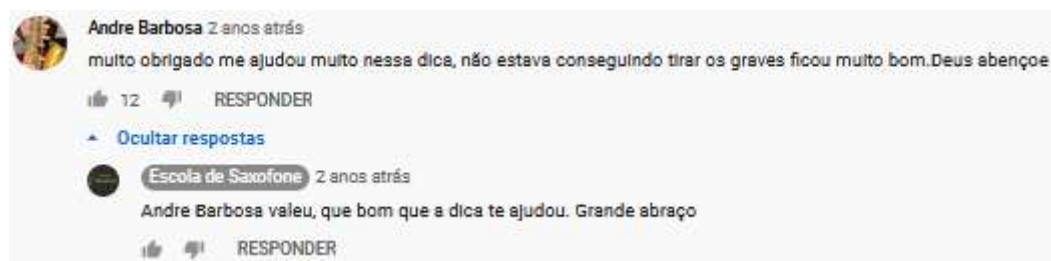
**Imagem 19** - captura de tela onde usuário elogia Ronaldo Marquetti



**Fonte:** Comentários no vídeo de MARQUETTI, 2016.

O comentário expressado na imagem 20 aponta que o problema foi resolvido exatamente da forma como o professor indicou no vídeo, despertando o sentimento de gratidão do usuário:

**Imagem 20** - captura onde usuário agradece a Ronaldo



**Fonte:** Comentários no vídeo de MARQUETTI, 2016.

Toda essa interação está de acordo com as intenções do produtor ao fazer o canal, Ronaldo alega que “[...] ideia do canal hoje é levar informação gratuita, mas que seja uma

informação que seja de valor, não uma informação apenas para conseguir seguidores”. Por fim, a estrutura básica do vídeo de Ronaldo está sintetizada no quadro 17:

**Quadro 17** - características do Ronaldo Marquetti

<b>LINGUAGEM</b>	Em tom de conversação, simulando por vezes um diálogo, onde o aluno pergunta e o professor responde.
<b>RECURSOS PEDAGÓGICOS</b>	Interpretação de personagem (agindo como se fosse um aluno enfrentando um problema no sax); Utilização de perguntas que ajudam a elucidar o tema; demonstrações práticas; utilização de exageros (afrouxando ou apertando demasiadamente o parafuso); comparação (toca primeiro com o sax desregulado e, toca novamente depois de realizar a regulagem do parafuso); movimenta o saxofone para a câmera captar imagens em diferentes ângulos e distâncias.
<b>RECURSOS DE EDIÇÃO</b>	Vinheta de abertura

Fonte: do autor, 2020.

#### 4.1.4 Suelen Mondini

O canal homônimo de Suelen Mondini conta com 57,6 mil inscritos (05/05/2020). Esse número proporciona ao canal dela a posição de 2º maior canal de ensino de saxofone do Brasil, ficando atrás apenas do canal “Lander Sax”, que contabiliza 76,2 mil inscritos. O crescimento do seu canal é algo que vem acontecendo durante o passar dos anos e, uma marca relevante é que o canal da Suelen Mondini ultrapassou o canal pioneiro no ensino de saxofone do *YouTube* no Brasil, a saber, “Ivan Meyer Explicasax”. A descrição do canal expõe a intenção pedagógica, ao mesmo tempo que destaca todo o *set up* dos instrumentos utilizado pela produtora:

Bem-vindo ao meu canal. Aqui eu posto vídeo sobre a aprendizagem com o saxofone, clarinete e a flauta doce, além de esclarecimentos sobre teoria e leitura musical. Todo este conteúdo é baseado na minha experiência enquanto instrumentista e docente. Curta, compartilhe e comente! Assim, vamos construindo um espaço rico em informação e oportunizando minha maior dedicação ao canal e à produção de material. Vamos trocar nossas

experiências! Suelen Mondini: Artista Theo Wanne; Endorser Vermont Paris; Endorser Rigotti. Setups: Saxofone Alto Vermont Paris, Boquilha Durga 3 n°7; Saxofone Tenor Vermont Paris, Boquilha Barkley Pop Kustom n°8; Saxofone Soprano Dixon 552, Boquilha 180 Selmer Paris; Clarinete Noblet Leblanc, Boquilha Vandoren B44, Barrilete de Cocobolo (Dpefran atelier), Abraçadeira Duo Silver BG; Flauta doce Soprano Mollenhauer Modelo Denner Madeira: Boxwood Europeu; Flauta doce Contralto Tomas Fehr, Modelo Denner Madeira: Bubinga. (MONDINI, 2009<sup>20</sup>).

O conteúdo do canal é organizado em *playlists*, a divisão ajuda no direcionamento de pessoas interessadas em determinados temas, já que a produtora afirma o caráter generalista do canal. Dessa forma, é possível encontrar vídeos sobre saxofone, clarinete, flauta, resenhas de livros de música, entrevistas com músicos e professores, além de apresentações da Suelen Mondini em eventos. A divisão dos temas é feita da seguinte forma: vamos “saxofonear”?; vamos “clarinetear”?; vamos “flautear”?; um livro e um café; entrevistas, notícias e mais!; Suelen fazendo arte; portfólio da Suelen; *unboxing*, tutoriais e testes entre outros.

Para exemplificar a performance pedagógica da Suelen Mondini no *YouTube*, analisei inicialmente o vídeo “Digitação Básica no CLARINETE: aprendendo as notas NATURAIS / AULA DE CLARINETE”, conforme a imagem 21:

**Imagem 21** - captura de tela do vídeo “digitação básica no clarinete”



**Fonte:** MONDINI, 2016.

Os dados do vídeo relevante para este trabalho estão sintetizados no quadro 18:

<sup>20</sup> <https://www.youtube.com/user/suelenjaqueline/about>

**Quadro 18** - dados sobre o vídeo da Suelen

Título	Tema	Canal	Duração	Visualizações	Comentários	Likes x dislikes	Recursos de edição	Data de envio
Digitação Básica no CLARINETE: aprendendo as notas NATURAIS / AULA DE	Posição das notas naturais do clarinete	Suelen Mondini	8:43'	406.461	691	762.000 x 238	Vinheta de abertura; Partitura; Setas; Congelamento de imagens; Explicações em texto; Vinheta de encerramento.	15 abr de 2016

**Fonte:** do autor, 2019

O vídeo começa com uma espécie de vinheta de abertura, composta pelo chorinho “Chorando baixinho”, tocado *a cappella* pelo clarinete e, pelo título da aula “Digitação Básica no CLARINETE: Aprendendo as notas NATURAIS”. Ao final da vinheta, Suelen aparece no vídeo e cumprimenta o espectador: “Olá, pessoal! Tudo bom?”. Em uma descrição por texto, a produtora se apresenta como musicista e educadora musical. Segundo a produtora, o vídeo em questão foi fruto de *e-mails* recebidos por alunos que estão começando a estudar clarinete, então, revela que eles pediram para fazer um vídeo ensinando as notas naturais. Conforme a imagem 22, em 0:26’ aparece um texto explicando quais são as notas naturais:

**Imagem 22** - captura de tela com explicação sobre notas naturais

**Fonte:** MONDINI, 2016.

Antes de mostrar a posição das notas naturais, a professora explica como pretende realizar a ação: “vou iniciar pela região central (nota Sol da região média do clarinete) e descer

para o grave, porque é mais simples de tocar”. A exemplificação começa em 1:09’, quando ela fala: “[...] na nota Sol você não tampa nada”. Essa explicação acaba sendo relevante porque o posicionamento dos dedos não permite uma visualização clara das chaves que estão sendo acionadas, podemos notar isso na imagem 23, além disso, uma partitura com a escrita da nota Sol aparece no canto superior da tela:

**Imagem 23** - captura de tela demonstrando a nota Sol no clarinete



**Fonte:** MONDINI, 2016.

Em 1:21’ a professora continua desenvolvendo a explicação, a partir da nota Fá em direção descendente. No decorrer da explicação ela verbaliza o que está fazendo, indicando quais orifícios do instrumento estão sendo tapados. Em 1:51’, ao chegar na nota Si, ela inclina o clarinete na diagonal para facilitar a visualização do orifício que vai ser tapado, também é dado um aviso: “[...] é acumulativo, viu, gente?”. Ou seja, os orifícios que foram tapados antes, devem permanecer desse modo para a obtenção das novas notas que estão sendo ensinadas. Além de inclinar o clarinete na diagonal, Suelen também mostra para câmera a parte de trás do instrumento, porque a gravação é efetuada apenas com uma única câmera, então não há a opção de mostrar um plano de visão diferente do plano frontal e, para contornar isso, ela posiciona o instrumento de formas diferentes de acordo com as intenções didáticas. Esse recurso pedagógico de permitir ao expectador diversos ângulos de visão, tem sido utilizado pelos por todos os participantes desta pesquisa.

Conforme ela desce para a região grave do instrumento, o áudio captado sofre uma leve distorção, indicando que, possivelmente o áudio foi captado por um microfone acoplado na própria câmera ou, por um microfone de celular.

Em 2:31’, através de um recurso de edição de vídeo, ocorre uma indicação demarcada por uma seta vermelha, direcionando a visão do espectador para a chave que deve ser acionada

na posição da nota Fá do clarinete. Essas setas indicativas voltam a aparecer durante o vídeo, principalmente nas notas que podem ser executadas com diferentes digitações, como é o caso desse Fá e da sua vizinha Mi. Embora haja muitas opções, a professora sempre apresenta primeiro a digitação mais utilizada, de forma que somente depois ela apresenta a digitação opcional, conforme a imagem 24:

**Imagem 24** - captura de tela demonstrando a posição da nota Fá



**Fonte:** MONDINI, 2016.

Ao ensinar a nota Mi, em 3:06', a professora faz uma breve explicação sobre o sistema de chaves do clarinete. Essa divagação pela temática é uma característica pessoal da postura docente da produtora, em nossa entrevista foi possível perceber isso:

[...] sou uma pessoa que gosta de falar, sou uma professora que gosta de contextualizar, então eu não consigo... por exemplo: vou gravar um estudo de ciclo das quartas (começa a cantar) 'Dó Mi Sol Mi, Fá Lá Dó Lá, Si Ré Fá Ré', né? Eu não consigo chegar e falar: 'oi, pessoal! Vamos estudar ciclo das quartas, pegue o sax e faça assim'. Eu não consigo. Preciso explicar a relevância desse tipo de estudo, porque se usa ciclo das quintas, o que esse tipo de estudo traz para você... eu contextualizo tudo. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Na ocasião, a produtora aciona algumas chaves e mostra que, por vezes, ao acionar determinada chave, outras são acionadas simultaneamente. Durante a explicação, ela também comenta que essas opções de digitação funcionam como um leque de opções para executar diversas passagens musicais. Sendo assim, em algum momento, não é necessário acionar todas as chaves, entretanto, o aluno pode acionar a chave se precisar de ter mais apoio no dedo. Observe a imagem 25, no momento em que ela realiza a explicação, a seta vermelha indica a chave que pode servir como apoio em algumas passagens:

**Imagem 25** - captura de tela com explicação sobre opções de digitação



**Fonte:** MONDINI, 2016.

Dentre os recursos pedagógicos utilizados pelos professores de sax do *YouTube*, tenho notado a utilização das “perguntas geradoras”, elas funcionam como elemento importante para o desenvolvimento do assunto nos vídeos, mantendo a coerência da explicação. Nos vídeos observados, essas perguntas são feitas pelo próprio produtor do vídeo, ele verbaliza como se fosse uma outra pessoa, geralmente mudando a entonação de voz. No caso da Suelen, ela optou por incluir uma pergunta geradora como um elemento textual do vídeo. Ao introduzir essa pergunta, a produtora utiliza um efeito de “congelamento”, a imagem permanece estática enquanto a pergunta surge e é fixada na tela. Observe a utilização desse recurso na imagem 26:

**Imagem 26** - captura de tela com utilização de pergunta geradora



**Fonte:** MONDINI, 2016.



Após ensinar as digitações das notas de forma descendente, Suelen executa toda a sequência ensinada, de forma ascendente, indicando verbalmente e visualmente (partitura + seta vermelha) quais notas estão sendo tocadas. Este recurso didático é exemplificado através da imagem 27:

**Imagem 27** - captura de tela indicando as notas executadas



**Fonte:** MONDINI, 2016.

Passado a execução das notas de forma ascendente, Suelen Mondini prossegue com a demonstração das notas que ficaram faltando – Lá da região média ao Dó do registro agudo. O padrão de explicação é mantido em 5:37', ela verbaliza a nota, mostra a digitação, a partitura aparece no canto superior da tela e, avisos são feitos ao longo da explicação. Um dos avisos do vídeo aparece em 5:37', quando a professora busca alertar o aluno para a postura dos dedos: “[...] cuidado para não levantar muito os dedos, deixe eles próximos às chaves”. Após ensinar as digitações de forma ascendente. Suelen executa as notas de forma descendente, de forma semelhante ao 5:37', conforme a imagem 28:

**Imagem 28** - captura de tela com execução descendente das notas

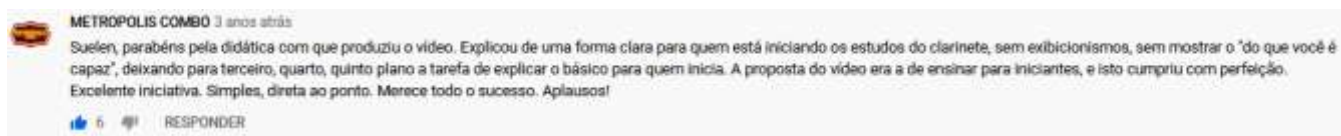


**Fonte:** MONDINI, 2016.

Ao final da demonstração, a professora, em 7:53', lembra que a mesma digitação pode servir para diferentes notas, pois no clarinete, diferente do saxofone e da flauta doce, cada região possui uma digitação diferente conforme o registro vai mudando. Segundo a professora, essa quantidade de opções no clarinete gera dificuldades num primeiro momento, porém, aumenta o leque de opções que o aluno pode utilizar, inclusive, ela minimiza a dificuldade, falando que é algo que rapidamente pode ser resolvido.

Essa quantidade de recursos utilizados tem sido um ponto de destaque no jeito de fazer vídeo da produtora. Dentre os 691 comentários, não é difícil encontrar elogios em relação à sua didática. Podemos ter uma demonstração dessa satisfação através da imagem 29:

**Imagem 29** - captura de tela onde usuário elogia Suelen



**Fonte:** Comentários no vídeo de MONDINI, 2016.

Durante a entrevista, Suelen Mondini demonstrou conhecer seus pontos fortes enquanto docente e, seu diferencial em relação aos outros profissionais que realizam o mesmo trabalho:

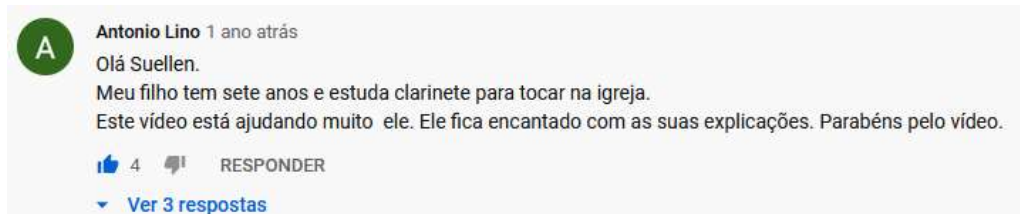
Dentre os profissionais que fazem esse trabalho, meu lado docente se destaca, meus vídeos são um pouco mais didáticos, tem a questão dos elementos visuais, eu uso partitura na edição, esses recursos complementam o que eu estou falando. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Aos 8:33' ela se despede, falando: "Gente, um beijão, boa semana e até mais!". Ao final do vídeo temos uma espécie de vinheta de encerramento, com a mesma música da introdução do vídeo, desta vez, Suelen aparece tocando o chorinho. A produtora ainda divide tela com uma

foto dela mesma, onde também aparece os créditos da produção do vídeo, constando que ela foi a responsável pela edição e pela produção do vídeo.

Utilizando uma linguagem coloquial, tocando sempre olhando para a câmera, Suelen consegue atingir um público de diferentes idades. Na imagem 30, vemos o relato de um usuário, pai de uma criança de 7 anos que admira a Suelen:

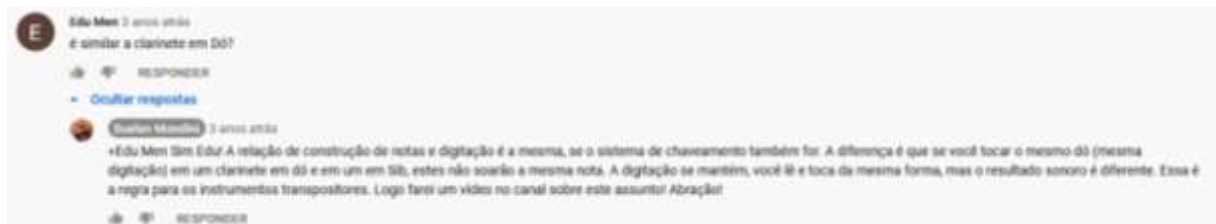
**Imagem 30** - captura de tela onde usuário parabeniza a Suelen



**Fonte:** Comentários no vídeo de MONDINI, 2016.

Também é possível notar o quanto a participação dos inscritos ajudam na manutenção do canal, fornecendo sugestões de novos temas. Na imagem 31 é possível ver uma interação entre o usuário Edu Men com a produtora, desta interação nasceu a sugestão de um próximo tema de vídeo:

**Imagem 31** - captura de tela onde usuário sugere um tema



**Fonte:** Comentários no vídeo de MONDINI, 2016.

Por fim, as características da Suelen no vídeo estão sintetizadas no quadro 19:

**Quadro 19** - características da Suelen Mondini

<b>LINGUAGEM</b>	Em tom de conversação, com caráter explicativo e ilustrativo.
<b>RECURSOS PEDAGÓGICOS</b>	Utilização de perguntas que ajudam a elucidar o tema; demonstrações práticas; bastante demonstração prática acompanhada de explicação verbal; movimentação do instrumento para a câmera captar imagens em diferentes ângulos; comparações entre diferentes digitações; mudanças na entonação de voz para simular um diálogo.
<b>RECURSOS DE EDIÇÃO</b>	Vinheta de abertura; vinheta de encerramento; partituras na tela; setas que apontam para as notas; explicações textuais; congelamento da imagem para realizar explicações.

Fonte: do autor, 2020.

Observando esses vídeos e as interações geradas a partir deles, é possível notar o potencial que esses canais possuem para a propagação do ensino de música. Também é possível notar os recursos audiovisuais utilizados, assim como a comunicação em tom de conversação dos professores, configurando alguns aspectos em comum entre os canais. Já em relação aos aspectos pedagógicos que os diferenciam, o capítulo 4 trará uma discussão sobre isso. De toda forma, a diversidade de canais já implica em opções variadas para quem quer aprender o instrumento.

## 4.2 Tipos de vídeo pedagógico

No início deste capítulo foi possível notar que cada produtor escolhe nomes diferentes para os vídeos produzidos, separando-os através de categorias em *playlists*, ou, como no caso do Romualdo Costa, não separando por categorias e deixando os vídeos misturados. Nesta seção pretendo focar em como os produtores pensam sobre os formatos de vídeos pedagógicos, como eles definem cada formato, com quais intenções eles se utilizam de um determinado padrão e, quais as principais diferenças entre os formatos utilizados.

Independente da nomenclatura adotada, a unanimidade entre os produtores é que os vídeos de instrumento musical devem ter um caráter direto e prático. Como afirma Suelen: “Os vídeos mais bem aceitos costumam seguir a linha de ‘passo a passo para um estudo mais efetivo’. Se fizer algo numa linha mais teórica ou filosófica as pessoas não têm o mesmo interesse” (MONDINI, em entrevista, 2019). Um ponto divergente é o tempo dos vídeos, pois Romualdo Costa afirma não ter tanta preocupação com isso, mas Elias Coutinho e Ronaldo Marquetti costumam ter muita atenção neste ponto. Para Ronaldo, vídeos longos podem causar uma “dispersão” dos usuários: “Costumo fazer vídeos entre 5 e 15 minutos. Prefiro fatiar o assunto em vários vídeos pequenos” (MARQUETTI, em entrevista 2019). Elias, de forma humorada, comenta que no início do canal, não havia preocupação com o tempo e, o resultado era vídeos longo para os parâmetros das redes: “costumo dizer que meus vídeos antigos eram ‘dicas de 30 minutos’. Mas, dica de 30 minutos não existe!” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Embora haja diversidade na denominação dos vídeos ou das categorias propostas nas *playlists*, as *lives* e as “dicas” são os dois formatos mais utilizados pelos produtores. Elias prefere fazer *lives*, que é um formato síncrono, ao vivo, mas que pode ser reutilizado sob outras formas. A preferência por este formato se dá pela praticidade, enquanto o vídeo é produzido ao vivo, pessoas vão interagindo, fazendo perguntas e, enquanto o produtor responde as dúvidas, novos temas vão surgindo. De maneira geral, a *live* se torna um material bruto, cheio de dúvidas respondidas e repleto de novos temas sugeridos pelas pessoas que a acompanharam. Aproveitando essa praticidade, Elias, juntamente com sua equipe de produção, realiza vários recortes, dividindo-o em vídeos diversos. Essa estratégia só é possível graças ao caráter de reformulação constante nas redes sociais, de acordo com Elias, certas mudanças auxiliam o trabalho dos produtores:

No passado isso era impossível. Atualmente, numa palestra de uma hora, ou num *workshop* que ministro, basta fazer o registro em vídeo para extrair vários conteúdos. Quando uma dúvida aparece, geralmente gasto de 4 a 5 minutos para explicar sobre ela, portanto, imagine quantos vídeos de 4 ou 5 minutos posso extrair de uma *live*. Isso gera para meu canal um formato de vídeo que estamos gostando de produzir ultimamente, como “trecho de *live*” ou “trecho de *workshop*.” (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Assim como Elias, Romualdo Costa também vê a *live* como uma forma prática de gerar interação, mas em geral, o conteúdo produzido com intenção pedagógica é tomado pelo produtor como uma aula:

Eu chamo de aulas! Estou ali dando aula para pessoas, quando você faz uma *live* há um contato mais direto com as pessoas. Ontem fiz uma *live*, não coloquei o nome ‘aula’ no título. Ontem o título da minha *live* foi uma

pergunta: ‘alguém aí com dúvida em escalas?’. Foi o título do vídeo, mas a aula foi de escala. O contato na *live* é mais direto porque eu espero a pessoa fazer contato para ir direcionar o rumo do tema. Quando meu vídeo não é ao vivo, apenas exponho a temática. Mesmo que eu não coloque o nome ‘aula’ no título, na minha cabeça sempre é uma aula. Quando você expõe um conteúdo e aquilo serve para uma pessoa aprender, é uma aula. (COSTA, em entrevista, 2019)

Além das aulas, Romualdo adota a nomenclatura de “dicas” para diferenciar certos tipos de vídeos produzidos por ele:

Também faço vídeos no formato de “dicas”, que é diferente de aula, pois são mais curtos, no máximo 5 minutos. No caso das dicas, o expectador já precisa saber de diversos assuntos para ela funcionar. Já as aulas têm um caráter mais democrático. Então meu canal tem: dicas, aulas e *live*. Ainda não sei dos 3 qual agrada mais [...]. Posso dizer que as pessoas assistem mais pelo tema do que pelo formato. (COSTA, em entrevista, 2019)

Assim como Romualdo, Ronaldo também gosta de denominar os vídeos como “dicas”:

Eu penso como “dica”, não é uma aula, uma aula é mais detalhada, por isso eu chamo de “dicas”. Não deixa de ser uma aula, mas é uma aula curta, objetiva e que prenda a atenção de quem está assistindo. Eu pego um tema que desperte o interesse do cara vir fazer aula comigo. Se você fizer algo complicado, já dispersa muita gente, quanto mais simples de entender, mais possibilidade de ele se tornar uma pessoa que acompanhe frequentemente seu conteúdo. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

De acordo com as falas dos entrevistados é possível definir que os vídeos pedagógicos de saxofone no *YouTube* são regidos pela ideia do fazer na prática, independentemente de ser um vídeo feito ao vivo ou gravado previamente. É possível perceber que eles buscam criar uma conexão com o público. Segundo Stadler (2019, p.63), os *youtubers*, na comunicação “utilizam a fala direta com o público, em primeira pessoa, além de utilizarem de suas experiências pessoais para criar essa conexão”. Outro fator a ser destacado é a possibilidade de reformular um conteúdo, como o exemplo do Elias Coutinho ao utilizar a *live* como material bruto para vídeos futuros. Ainda é relevante destacar que os produtores não utilizam o termo “tutorial” para definir o formato dos vídeos, a única aparição do termo foi encontrada em uma das *playlists* do canal da Suelen Mondini. De forma geral, os tipos de vídeo mais encontrados são “dicas” e *lives*, pois o termo “aula”, de acordo com os participantes, remete a um tipo de ensino mais aprofundado e sequencial. O quadro 20 expõe de forma sintética os principais formatos de vídeos utilizados pelos produtores, assim como uma breve explicação sobre cada formato, de acordo com o que foi explicado pelos produtores:

**Quadro 20** - formato de vídeos pedagógicos e suas explicações de acordo com os produtores

<b>FORMATOS MAIS UTILIZADOS PELOS PARTICIPANTES</b>	<b>BREVE EXPLICAÇÃO</b>
<b>Aula</b>	Vídeos mais longos (aparentemente com mais de 15 minutos), mais detalhados, geralmente marcados por ideia de linearidade, podendo ser assíncrono ou em formato de <i>live</i> .
<b>Live</b>	Vídeos síncronos, marcado pela interação simultânea entre produtores e inscritos, quando encerrados, podem ser salvos e recortados em formato de dicas ou aulas, se configurando algo como Elias Coutinho denomina em seu canal “Trecho de live”.
<b>Dicas</b>	Vídeos de curta duração (até 10 minutos aproximadamente), com explicação direta, de característica não linear, sobre assuntos práticos.

Fonte: do autor, 2020

### **4.3 A construção da figura do professor de saxofone no *YouTube***

Esta seção ajuda a delinear o perfil do professor de saxofone no *YouTube*, mostrando as diversas faces do profissional que atua como instrumentista em eventos, ministra a aula em diversos contextos, produz vídeos etc.

#### **4.3.1 Músico e performer em eventos**

Ao observar a descrição de cada canal é possível notar a diversidade de funções e atividades desempenhada pelos produtores. Nas entrevistas, cada participante, ao ser questionado sobre as atividades profissionais desempenhadas, relatou atividades pedagógicas ou práticas interpretativas em diversos contextos.

Elias Coutinho se define como professor de música, não apenas como professor de saxofone. Elias trabalha com aulas de saxofone e de improvisação. Atuando frequentemente como performer, ele tem a preocupação de pesquisar sobre o que toca. Elias alega que o motivo

pelo seu reconhecimento internacional se deu pela sua capacidade de exercer a docência: “se agora estou indo para SP, tocar num festival internacional, é porque lá atrás comecei a trazer informação para as pessoas” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Além de saxofonista, Romualdo Costa se identifica como multi-instrumentista e produtor musical. Atualmente, o músico é concursado da Banda Municipal Ulisses Conceição, em Campo Grande – MS. A rotina de eventos é comum para Romualdo, principalmente tocar em casamentos aos fins de semana, além de realizar gravações em estúdio.

De forma semelhante ao Romualdo, Ronaldo Marquetti também atua na área de bandas. Ronaldo toca saxofone-barítono na Banda Sinfônica de Sumaré, em São Paulo, como músico concursado. Recentemente assumiu o papel de regente de um coral e de uma orquestra, na igreja evangélica na qual ele congrega. Além de tocar em casamentos e eventos de forma geral, Ronaldo participa da “Campina Jazz Big Band” e, coordena o quarteto “Sax Bem Temperado”.

Suelen Mondini atua como docente em variadas vertentes, trabalhando com aulas de saxofone, clarinete, canto e flauta doce. Além dessas atribuições, Suelen é concursada na Fundação Universidade Regional de Blumenau, atuando como instrumentista numa orquestra formada por alunos da graduação, que funciona como grupo de extensão. Em relação à performance, Suelen toca em bandas de música tradicional germânica, também atua como solista em trabalhos individuais ou duos. Suelen compreende que as apresentações são de fundamental importância para complementação das competências pedagógicas do professor de música.

Como foi possível perceber, o *YouTube* ainda não se configura como principal fonte de renda para nenhum dos entrevistados. Além disso, é notável que eles desempenham funções musicais em ambientes fixos de trabalhos. Outra similaridade é a diversidade de campos de atuação, talvez por atuarem em ambientes tão diferentes, os produtores foram capazes de se adaptar ao *YouTube*.

#### **4.3.2 Tornar-se professor na *internet***

Segundo Stadler (2019, p.129-130), um educador que atua no contexto do *YouTube* deve conhecer a plataforma e as suas ferramentas, além de estabelecer um foco para o canal e definir “o perfil de público que pretende atingir”. Para compreender como a docência na *internet* foi sendo consolidada na vida dos participantes, no contexto do ensino de instrumentos musicais, foi observado a trajetória de estudo, a formação profissional e artística deles, além de acontecimentos que foram cruciais para essa escolha da docência enquanto profissão. Pois,



como constatado nas entrevistas, à docência no contexto da internet nem sempre foi algo desejado, inclusive, alguns participantes desconfiavam da eficácia do ensino de instrumentos fora do contexto presencial.

Elias Coutinho relatou que nem sempre quis ser professor, ele queria ser um músico instrumentista. No entanto, após se tornar sócio de uma escola de música em Belém – PA, Elias desenvolveu o gosto pela docência. Quanto à decisão em tornar-se um professor pela *internet*, o produtor apresenta uma ligação com a forma que estudou saxofone. Após concluir o bacharelado em Música, Elias estudou a distância com o saxofonista Alex Terrier e, a metodologia adotada pelo professor auxiliou na construção da forma com que Elias ensina seus alunos. Ao ter aulas também a distância com Bob Reynolds, Elias foi aconselhado a criar um site próprio para oferecer aulas de saxofone. No contexto do *YouTube*, Elias pretendia oferecer informações de forma direta e gratuita, muitas das quais não teve acesso no início dos estudos musicais. Por exemplo, dúvidas que ele intitula como “dúvidas contemporâneas”. Uma dessas dúvidas é em relação ao *half tongue*. Durante as entrevistas, Elias afirmou: “Recebo depoimento de pessoas de todos os cantos do Brasil, elas afirmam que aprenderam a fazer *half tongue* através daquele vídeo, ou já faziam e não sabiam o nome da técnica” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Assim como relatou Elias, Romualdo Costa afirma que a docência na *internet* ocorreu de forma casual, nas palavras dele: “[...] não teve uma ideia inicial, as coisas foram acontecendo” (COSTA, em entrevista, 2019). Romualdo posta vídeos no *YouTube* desde 2007, mas nunca teve a pretensão de ser professor. Todavia, no ano de 2009, após uma participação no programa de TV do apresentador Raul Gil, a frequência das postagens foi aumentando. Ainda sobre essa experiência, Romualdo relata: “foi um salto muito grande para mim, eu saí de São Caetano e fui para São Paulo, me apresentar num programa de audiência nacional, na época foi uma coisa fantástica” (COSTA, em entrevista, 2019). Apenas em 2013 o músico decidiu dar aulas por *Skype* e divulgar o seu trabalho enquanto professor.

Se para Romualdo e Elias ensinar no *YouTube* aconteceu de forma não planejada, Ronaldo Marquetti iniciou o trabalho já com intenções definidas: “[...] eu queria que as pessoas me percebessem como professor, como um instrutor, como alguém que soubesse repassar conhecimento” (MARQUETTI, em entrevista, 2019). O músico ainda relata que o *YouTube* surgiu como alternativa a sua própria plataforma digital de ensino de saxofone, a “Escola de Saxofone”.

As dificuldades geográficas e financeiras que permearam os estudos musicais de Suelen Mondini foram fatores importantes nas decisões profissionais da produtora. Nesse sentido,

Suelen revela: “[...] passei um bom tempo da minha vida em estagnação, tudo isso me motivou para o tipo de trabalho que desenvolvo hoje” (MONDINI, em entrevista, 2019). Suelen compreende que, de forma geral, o ensino de saxofone ainda é cercado por certos mitos e ideias antigas que já foram reformuladas, mas ainda são repassadas como atuais. Suelen ainda destaca que no contexto de banda, é comum que os professores não sejam especialistas nos instrumentos que ensinam, então, de acordo com a experiência vivenciada por ela, existe uma gama de conteúdos que não é abordada. Outro fator que motivou a docência na *internet* foi o relacionamento com colegas da área de *marketing* digital. Segundo Suelen, houve um incentivo crucial:

Fui muito motivada através de um colega, ele é músico, mas começou a trabalhar com *marketing* digital. Ele falava para eu criar um canal no *YouTube*, ele reforçava que eu tinha potencial, que era comunicativa e, que conseguia apresentar uma boa didática. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Mesmo com dificuldades técnicas e sem dispor de todos os recursos necessários para o trabalho *on-line*, Suelen iniciou a produção de conteúdo no *YouTube*, principalmente por compreender alguns contextos da realidade brasileira em relação ao acesso às aulas: “[...] o cara que mora em um lugar sem acessibilidade, com um professor que sabe pouco... o aluno fica perdido, então ele pode me assistir e receber alguma ajuda” (MONDINI, em entrevista, 2019).

As falas dos entrevistados indicam que o atual contexto, mediado pelas tecnologias, aparenta ter uma força de atração, tanto para alunos, quanto para professores. Dentre os participantes da pesquisa, Romualdo teve uma motivação diferenciada, aproveitando a fama obtida por meio de um programa de TV. Já a Suelen é um exemplo de como estar afastado dos grandes centros, em épocas passadas, dificultava o acesso ao ensino sistematizado do instrumento.

### **4.3.3 O produtor de conteúdo: o que um professor precisa saber para dar aula no *YouTube***

Produzir conteúdo na *internet* é algo que envolve uma série de habilidades. No contexto do *YouTube*, Stadler (2019, p.31) explica que o *youtuber*, produtor de vídeos no site, fica responsável por todo o processo de produção dos vídeos.

O processo de produção dos vídeos no *YouTube* engloba passos também utilizados no cinema e na televisão. São eles: 1- “Roteirização”: consiste na escrita da “estrutura básica” de um projeto, se trata da “história que será contada” no vídeo; 2- “Criação de cenário”: consiste na exposição do local onde a história acontece, podendo ser um local situado em ambiente

interno ou externo, real ou imaginário, natural ou criado por meio de softwares; 3- “Gravação”: é a etapa onde é feito a captura de som e imagem; 4-“Edição”, consiste na montagem do produto, a partir do que foi gravado, podendo incluir a adição ou supressão de imagens, tratamento de cores, ajustes de brilho etc.; 5- “Sonoplastia”: consiste em todo processo de organização dos sons, seja tratamento do que foi captado, seja na adição de sons; 6- Programação: é uma organização dos conteúdos gerados, categorizando-os por gênero, podendo agenda-los para reproduzi-los uma única vez, ou ainda, para reprisá-los (STADLER, 2019, p.31-54). De acordo com os entrevistados, na maioria dos casos, dentro da produção de vídeos pedagógicos de música, o processo de sonoplastia que Stadler citou é um passo do processo de edição, e não um procedimento separado, como a autora propõe.

No contexto do ensino de instrumentos musicais ainda não há claras definições na literatura sobre a produção de conteúdo on-line. No entanto, as falas dos entrevistados podem fornecer pistas para que, aos poucos, possamos compreender mais profundamente esse fenômeno. De acordo com Elias Coutinho, a formação acadêmica ou o diploma de uma universidade, revela pouco sobre o profissional que a pessoa pode ser. Ele compreende que é uma formação relevante para a construção do músico e do instrumentista, mas não é algo tão cobrado pelas pessoas em geral. O músico tem percebido que “na *internet* as pessoas não querem saber se você é graduado, elas querem saber se você toca bem e se você tem segurança no que fala” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Essa preocupação de como as pessoas enxergam o profissional também é compartilhada por Ronaldo Marquetti. Ronaldo acredita ser importante que as pessoas sintam segurança no professor, que elas o enxerguem como instrumentista: “É interessante que as pessoas não nos vejam apenas como professor, elas devem ser convencidas que somos capazes de executar e de compreender aquilo que ensinamos” (MARQUETTI, em entrevista, 2019). Ainda segundo este produtor, funciona como uma mescla: “você passa uma informação técnica para o cara, mas ao mesmo tempo você utiliza aquela informação numa música, para ele entender a aplicação e para ele ver que você consegue fazer o que ensina” (MARQUETTI, em entrevista, 2019).

O perfil do docente no contexto abordado neste trabalho passa pela definição sobre o que o profissional quer comunicar, para quem é direcionada a comunicação e sob qual forma este processo é feito. A linguagem de comunicação do *YouTube* é feita através de imagens “obtidas mecanicamente, combinadas com elementos sonoros como músicas, palavras ou ruídos, e com as menções escritas” (STADLER, 2019, p.63).

Enquanto produtor de conteúdo, Elias busca proporcionar uma compreensão sobre os assuntos que ele trata, considerando que cada rede social tem um perfil diferente de

funcionamento. Por exemplo, Elias relata que, mesmo que as pessoas gostem do trabalho dele, elas não estão dispostas a assistir um vídeo de 30 ou 40 minutos no *YouTube*. Nesse sentido, o produtor é enfático ao afirmar que “se o seu material não é direto, você perde público” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Romualdo Costa também concorda com Elias neste ponto: “vejo vídeos em que o conteúdo poderia ser abordado em 10 minutos, mas o cara enrola 40” (COSTA, em entrevista, 2019). Além disso, Elias procura proporcionar conteúdos que despertem o sentimento de gratidão nas pessoas, baseado numa frase que ele aprendeu em sua vivência com *marketing*: “o melhor sentimento que você pode cultivar é a gratidão. Se uma pessoa é grata a você, ela divulga seu nome, ela acompanha seu trabalho, ela vai estar próxima a você e vai lhe ajudar” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Com base nas diferentes características de cada rede social, a produção de conteúdo no *YouTube* acaba sendo sujeita a dados fornecidos pela plataforma: “[...] se a plataforma indica que meus inscritos estão assistindo 5 minutos dos meus vídeos de 20, então, tenho que trazer um conteúdo que caiba nesse tempo” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Essa experiência de produzir conteúdo na *internet* modificou a forma como Elias compreende a docência em geral: “O *YouTube* modificou meu jeito de dar aula, gosto de pensar no *YouTube* como uma escola onde aprendemos o tempo inteiro” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Desta forma, Elias traz a indicação de uma habilidade que o professor de música no *YouTube* deve ter: a capacidade de acompanhar as mudanças da rede: “[...] a plataforma pode modificar algum aspecto a qualquer momento e, tenho que pensar como agir a cada nova mudança” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

No caso de Ronaldo Marquetti, a produção de conteúdo é regida por uma ideia base, esta ideia é fundamentada na intenção de promover informação gratuita, mas não uma informação qualquer, precisa ser uma informação que, de acordo com o produtor, seja “de valor”. Para atrair a atenção dos usuários, Ronaldo busca conduzir o conteúdo com assuntos do interesse dos aprendizes de saxofone, assuntos que “toquem na dor” das pessoas, algo que possa ajudá-las a resolver problemas. Até mesmo um conteúdo que parece simples, pode trazer um alto grau de engajamento:

É incrível, mas as coisas mais simples são as que mais geram visualizações. O meu vídeo campeão de visualizações (100k), foi o mais despretensioso do que pude pensar, falei sobre a regulagem do parafusinho da chave do sol sustentido. Eu nem queria gravar, mas estava sem ideia e quis falar sobre isso. Pensei que ninguém queria ver, mas depois de 4 anos recebi um e-mail avisando que o vídeo tinha atingido mais de 100 mil visualizações. Olha que curioso, é um negócio que vários saxofones desregulam e o cara fica procurando um problema onde não tem, levam para um luthier, quando um

apertozinho no parafuso já resolve. O pessoal interagiu bastante. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Em relação a materialização do conteúdo, cada produtor opera de uma forma, mas todos indicaram que há processos de sistematização do conhecimento e planejamento. De acordo com Elias Coutinho, alguns conteúdos são mais fáceis de produzir do que outros. Temas que o produtor lida no dia a dia são mais simples, nas palavras dele: “[...] eu só ligo a câmera e gravo” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Conteúdos mais complexos, ou mais difíceis de serem abordados, são produzidos de forma mais efetiva com a criação de um *script*, um roteiro definido que ajuda a guiar a temática do vídeo. Então, dependendo do caso, basta ler o que foi escrito. No entanto, Elias Coutinho conclui que “a forma mais prática encontrada após os anos de experiência é gravar o vídeo inteiro, deixando nas mãos do editor a tarefa de extrair vários conteúdos do mesmo vídeo” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Essa praticidade foi vista anteriormente, no formato das *lives* e dos “trechos de *live*”. Vale destacar que, dentre os participantes, Elias é o único que possui uma equipe de produção e, essas pessoas estão envolvidas e familiarizadas com o trabalho docente desenvolvido pelo produtor.

Seguir um roteiro é uma estratégia também adotada pela produtora Suelen Mondini e por Ronaldo Marquetti. Já Romualdo Costa apresenta resistência a essa prática, preferindo produzir conteúdo de forma que simule um diálogo, onde o professor imagina o que o aluno falaria: “[...] não me sinto confortável trabalhando preso ao roteiro. Você acaba seguindo um negócio quadrado e, esse não sou eu. Eu gosto de conversar, igual estamos fazendo aqui” (COSTA, em entrevista, 2019). Esta preocupação com a linguagem, citada por Romualdo é fruto da comunicação radiofônica. Stadler (2019, p.63) afirma que o *YouTube* absorveu do rádio uma “comunicação efetiva para diminuir a desconcentração do espectador, a empatia por meio da linguagem popular e direta [...] para manter a relação interpessoal com o espectador”.

Outra questão levantada pelos participantes foi a capacidade de criticar o próprio trabalho, dominar os conteúdos e compreender os limites de conhecimento de cada um. Segundo os produtores, esse autoconhecimento é uma habilidade indispensável para o produtor de conteúdo pedagógico de música no *YouTube*. Nesse sentido, Ronaldo e Suelen costumam utilizar o processo de edição dos vídeos como um recurso para reavaliar a performance pedagógica. A produtora relata: “as vezes chega a hora de editar, me vejo falando e penso que deveria ter falado de outra maneira [...]. [...] quantos vídeos já gravei e joguei fora na hora de editar?” (MONDINI, em entrevista, 2019).

Portanto, ao observar as falas dos entrevistados, constata-se que há uma preocupação constante com o fazer pedagógico, com a forma de transmitir as mensagens, com os interesses

do público e com o ensino de saxofone de forma mais ampla. Dessa forma, ser produtor de conteúdo pedagógico de música passa por uma construção de identidade on-line, pelo desenvolvimento das habilidades criativas a produzir um vídeo, passa por uma fase prévia de amadurecimento enquanto instrumentista e, posteriormente, com a experiência dentro da plataforma, passa pelo amadurecimento da docência em rede. O quadro 21 apresenta uma síntese dos saberes necessários para dar aulas na internet, de acordo com os participantes da pesquisa:

**Quadro 21** - Conhecimentos necessários para a docência na internet segundo os participantes

<b>SABERES NECESSÁRIOS PARA DOCÊNCIA NA INTERNET:</b>
<p>Conhecimento técnico de produção de vídeo;</p> <p>Tocar bem o instrumento;</p> <p>Ter uma explicação clara do assunto;</p> <p>Definir e conhecer o público;</p> <p>Manipular recursos audiovisuais de acordo com a rede social;</p> <p>Compreender como funciona a rede social onde atua e as preferências de seus usuários;</p> <p>Escolher a duração de vídeo que os usuários estejam dispostos a assistir;</p> <p>Perceber as mudanças da rede e se adaptar a elas;</p> <p>Produzir conteúdo significativo para o público que acompanha o conteúdo.</p>

**Fonte:** do autor, 2020

Levando em consideração as informações apresentadas nesta seção, uma pessoa que se propõe a fazer vídeos pedagógicos no *YouTube* não é vista necessariamente, como um mestre ou como um professor. Essa maneira de ver o produtor ajuda a criar um ambiente de aprendizagem menos hierarquizado, como mencionou *Ciro Santos (2014)*. Portanto, o produtor pode ser visto como uma pessoa que já passou por uma experiência, encontrou um modo de resolução e, decidiu compartilhá-lo, podendo utilizar elementos comuns à cultura vigente.

## 5 O YOUTUBE COMO ESPAÇO PEDAGÓGICO

Olhar para o *YouTube* como um espaço pedagógico independente pode não ser uma tarefa fácil, principalmente se levarmos em conta alguns aspectos tradicionais da educação que, a princípio não são encontrados no site. Sobre isso o trabalho de Juahasz (2008), apresentado na revisão bibliográfica, revela como era difícil adaptar o *YouTube* para finalidades educacionais, seja por questão da falta de contato síncrono da época, seja porque a plataforma só permitia que os usuários se comunicassem através de mensagem escrita ou, seja por estar dentro de um ambiente onde há outras possíveis distrações. No entanto, segundo Monteiro (2011, p.40); Kamers (2013, p.78), as pessoas têm utilizado o *YouTube* para aprender várias coisas, dentro de uma perspectiva autônoma e sob variadas formas.

### 5.1 Concepções pedagógicas sobre o ensino de saxofone no *YouTube*

#### 5.1.1 Ensinar da forma que aprendeu?

Apesar de estudarem em diferentes contextos, em diferentes localidades e em instituições com propósitos distintos, a trajetória de aprendizagem musical dos participantes aponta algumas semelhanças. Uma dessas semelhanças é que todos os produtores possuem graduação em música, sendo que a Suelen e o Romualdo ainda complementaram a formação com especializações na área de Educação e Produção Musical.

Dentre os participantes da pesquisa, dois são bacharéis em música, o Elias Coutinho e o Ronaldo Marquetti. Enquanto os licenciados são o Romualdo Costa e a Suelen Mondini. Em relação ao estudo técnico do saxofone, todos vivenciaram um estudo sistematizado desde o início, seja com aulas particulares, seja no contexto de bandas municipais ou religiosas, seja através de instituições sociais. O estudo do instrumento foi feito através de métodos tradicionalmente utilizados em conservatórios como o *Klosé* e o *Amadeu Russo*, após esse estudo tradicional, alguns dos participantes estudaram métodos de improvisação na linha dos relatados por Ronaldo: “[...]além do *Klosé* estudei o Joseph Viola, o Lennie Niehaus, o Joe Cocker, Jerry Bergonze entre outros” (MARQUETTI, em entrevista, 2019).

Outro ponto em comum da formação musical dos participantes é a prática em conjunto. Elias e Ronaldo vivenciaram a prática em conjunto através de grupos de igrejas evangélicas, enquanto a Suelen participava de bandas de coretos e grupos da região de Blumenau – SC. Romualdo Costa teve uma vivência ampla da prática em conjunto através da Fundação Música

e Vida, em São Caetano – PE: “[...] lá dava para ter uma vivência bem ampla, tínhamos solfejo rítmico e percepção rítmica, solfejo e percepção melódica, prática de banda, prática de coral, história da música ocidental, recitais, grupo de câmara etc.”. (COSTA, em entrevista, 2019).

Os participantes demonstraram ter boas lembranças do período dos estudos iniciais, afirmando um sentimento de gratidão em relação aos profissionais que ajudaram na formação inicial. Contudo, de forma ponderada e contextualizada, Suelen aponta algumas dificuldades vivenciadas devido aos moldes da pedagogia musical na época dela. A saxofonista relata que teve que estudar “instrumentos de passagem” antes de estudar saxofone, como por exemplo, flauta e clarinete. Suelen afirma que na pedagogia atual, essa prática não é tão efetiva para o desenvolvimento do aluno, mas na época era um costume comum. Além disso, Suelen levanta a questão da realidade financeira de algumas bandas, defendendo que a falta de recurso material ou humano pode levar à essas práticas. A fala de Suelen serve para ilustrar como o ensino de música era composto no contexto dela: “[...] exercício de leitura musical, solfejo, muita reprodução e imitação. Era colocar a partitura na frente e ler. Nada de improvisar, a prática era restrita ao repertório da banda” (MONDINI, em entrevista, 2019).

Considerando que a formação inicial pode ser significativa na postura pedagógica dos professores de música, questionei se os entrevistados ensinavam de forma semelhante ao que aprenderam. Romualdo e Ronaldo adotam uma postura semelhante à dos seus professores, mas Suelen e Elias enfatizam que trilham caminhos diferentes. O professor Elias Coutinho admite que imitar os professores é algo comum no início da atuação docente, no entanto, ao longo dos anos, devido às experiências adquiridas, as práticas pedagógicas vão ganhando novas características. O fazer pedagógico de Elias Coutinho é baseado no aluno, definindo o planejamento de estudo através de duas perguntas que, de acordo com ele são: “o quer você quer ser? O que você quer tocar?” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Semelhante ao relatado por Elias, Suelen afirma que não ensina da mesma forma que aprendeu. Para demarcar a oposição de ideias, constrói uma crítica ao ensino de música com ênfase na leitura e, não no fazer musical. Apesar de utilizar partitura no seu modo de ensinar, Suelen não a utiliza como objetivo principal dos estudos musicais. A professora explica o motivo de não reproduzir o modelo vivenciado por ela na formação inicial:

Era um modelo totalmente equivocado, então eu logo fiz a transição. Enquanto docente, estamos em transição a vida inteira! A Suelen que dá aula hoje não é a mesma de dois anos atrás, e não vai ser mesma nos próximos 2 anos. [...] eu gosto de vivenciar a música com o corpo. Tenho empatia com vários pedagogos. [...] Busco fazer o aluno vivenciar aquilo que vai estudar, para depois eu mostrar: ‘olha, a gente fez isso’. O aluno só vai ter contato com o registro escrito depois de estar muito familiarizado com a prática, a teoria ou



a partitura não pode assustá-lo. Outra coisa, fui muito condicionada a decorar nota na pauta, nomes fixos em linhas e espaços. Isso prejudica a leitura em diferentes claves. Quem tira da cabeça do aluno que a quarta linha não é o Ré? (MONDINI, em entrevista, 2019)

Romualdo é um professor que não apresenta resistência à ideia de reproduzir o modelo que recebeu. Para Romualdo, o estudante não deve aprender apenas a tocar um instrumento: “[...] o modelo que vivenciei dá muito certo, é bacana! O aluno não cresce apenas em técnica instrumental. A aprendizagem também é direcionada para a parte teórica” (COSTA, em entrevista, 2019). Dentre as respostas recebidas sobre esse questionamento, Ronaldo apresenta um ponto de vista equilibrado em relação aos outros entrevistados, tendo a percepção de que não houve uma ruptura de modelos pedagógicos na sua prática:

Você acaba mudando o jeito de fazer ou ensinar coisas, mas você não precisa esquecer aquilo que foi ensinado, você pode agregar com o que está aprendendo agora. Sou um pouco de cada professor. Às vezes eu lembro de um professor que ensinou de um modo bem infantil, mas que ajuda o aluno iniciante a compreender, então eu uso aquilo. É uma mistura. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Ao se identificar como docentes, os participantes da pesquisa mostram que conhecem de forma clara as concepções pedagógicas que eles defendem e, ao observar essas concepções, é possível ter indicações, ou ainda, justificar a postura adotada por eles no *YouTube*. Todavia, o caminho contrário também pode ajudar a compreendê-los, uma vez que a atuação pedagógica através dos vídeos também indica as suas concepções pedagógicas de forma geral.

Elias Coutinho afirma que sua forma de ensinar tem caráter determinístico, prescritivo: “[...] dentro da educação, existem metodologias que permitem que as pessoas tenham outros tipos de pensamento, eu sempre trago da seguinte forma: ‘É assim que se faz e não há dúvidas’” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Essa postura adotada por Elias, apesar de ser contestável, parece ser eficaz, principalmente no contexto de ensino do *YouTube*, onde não é possível ter certeza de que o espectador encontrará uma maneira alternativa de resolver um problema musical. Compreendo que, sugerir que o espectador faça exatamente da forma que o professor propõe não é garantia do aprendizado, mas, reduzindo as possibilidades de execução, pode reduzir também as possibilidades de o processo ser feito de maneira incorreta. Ainda vale considerar que, ao prescrever que algo seja feito exatamente de uma maneira, o orientador considera que todas as variáveis são da forma que ele pensou. Se por um acaso, a prescrição é praticada num cenário não previsto pelo orientador, a execução do estudante pode não ocorrer de forma correta.

Em contraponto ao Elias, Suelen define que a concepção dela é fornecer as ferramentas para que o aluno construa a aprendizagem por ele mesmo, utilizando a metáfora de não “dar o peixe”. Suelen ainda explica que se sente confortável quando apresenta o contexto de cada assunto abordado:

Não consigo chegar e falar: ‘oi, pessoal! Vamos estudar ciclo das quartas, pegue o sax e faça assim’. Preciso explicar a relevância desse tipo de estudo, o porquê se usa ciclo das quintas, o que esse tipo de estudo traz para você. Enfim, eu contextualizo tudo. Um vídeo que poderia durar 5 minutos acaba durando mais. Não acho válido fazer com pressa, o cara que é interessado vai ouvir as explicações e compreender os motivos de estar estudando aquilo, ele vai perceber naquele caso as recorrências do ciclo na harmonia, as coisas vão fazer sentido. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Ainda sobre esse contexto das características pedagógicas, Romualdo gosta de abordar o problema buscando expor as variáveis que podem dificultar a solução: “[...] no *YouTube*, se eu imaginar que o cara tem um problema de embocadura, então eu faço todas as embocaduras erradas que existem” [...] (COSTA, em entrevista, 2019). Um contraponto à essa ideia de Romualdo é exemplificado através do ponto de vista do Ronaldo: “[...] para que vou ensinar 5 tipos de embocadura se, dessas 5, apenas uma é a correta? Eu procuro não perder tempo com isso” (MARQUETTI, em entrevista, 2019). Através do que os professores demonstraram por meio das falas é possível perceber a diversidade pedagógica que marca o contexto do ensino de sax no *YouTube* e, de acordo com o que vivencio na plataforma, isso é um fator que enriquece a experiência, proporcionando múltiplas possibilidades de escolha por parte de quem consome um conteúdo.

Embora concordem ou discordem da forma de ensino a qual foram submetidos, todos os produtores apontam uma característica do ensino de música no *YouTube* que inviabiliza a simples reprodução ou replicação de modelos. Houve unanimidade na compreensão de que o ensino no *YouTube* tem caráter impessoal e massivo. Sobre essa impessoalidade do ensino, Elias revela que isso pode ser um desafio para quem produz conteúdo pedagógico no site, principalmente pelo fato do professor não poder ajustar a metodologia enquanto atua:

No ensino presencial o professor pode mudar a abordagem instantaneamente, caso perceba que ela não está sendo eficaz. No *YouTube*, por mais que você use todo seu arsenal metodológico, vai ser difícil ter essa flexibilidade. O *YouTube* tem essa barreira de alcance. As *lives* estão amenizando isso, mas os recursos dela ainda são limitados, as pessoas apenas mandam mensagens de texto no *chat*. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Concordando com Elias, Ronaldo explica que ensinar no *YouTube* é “dar uma aula olhando para a câmera”. Nesse sentido, o produtor completa que

é necessário pensar em como o aluno, estando do outro lado, vai compreender o que é falado. Eu procuro ser claro, o máximo possível. Procuro ser simples e objetivo. Quando eu gravo algo e percebo que abordei o assunto de forma complicada, ou falei algo de um modo que gere dúvidas e dificulte a compreensão, eu nem posto o vídeo. Prefiro gravar outro e tentar falar de uma maneira mais simples, clara e objetiva, porque eu não vou estar presente para responder alguma possível dúvida. É fundamental ser claro. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Com base nas concepções pedagógicas expostas e com a experiência obtida através do trabalho no *YouTube*, os professores adotaram procedimentos de ensino que facilitam o trabalho dentro da plataforma. Elias Coutinho demonstra preferir um tom de conversação nos seus vídeos: “funciona assim como numa conversa, iniciamos se apresentando, depois você faz uma introdução do que vai falar, desenvolve o tema, conclui” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Romualdo Costa se sente confortável através de uma abordagem mais livre, sem estar preso a um roteiro ou a um plano de aula:

[...] não há uma preparação pedagógica com começo, meio e fim. Vou explanando sobre o assunto e falo tudo o que sei, acredito que isso tem sido um diferencial para o meu canal. Isso sai muito daquela questão rígida de ter um plano de aula, aquilo tudo esquematizado: A+B+C para dar certo. Eu nunca fiz isso para dar aula. Isso bate de frente com a percepção acadêmica [...], mas eu só fiz isso como um exercício no curso superior [...]. (COSTA, em entrevista, 2019)

Mesmo adotando uma abordagem menos profunda e, consciente da impessoalidade que marca o ensino do *YouTube*, Ronaldo busca planejar a forma de ensinar, inclusive realizando esporadicamente vídeos sequenciais:

[...] geralmente a pessoa vai na busca do *YouTube*, suponhamos que ela que aprender como executar os superagudos. Pensando nessa demanda, criei 3 vídeos, em etapas: 1º harmônicos, 2º falei sobre o Mi e o Fá frontal, 3º passei as outras posições, até o Si e o Dó superagudo, também não fui muito longe. Essa escolha foi algo pontual, específico para este caso. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Suelen também expõe seu ponto de vista metodológico no contexto do *YouTube*:

Em relação à metodologia, vai depender se o assunto é mais técnico ou mais teórico. Tem muitas questões do plano de aula tradicional que não precisam ser feitas no contexto do *YouTube*. **Não tem motivo fazer do mesmo jeito, tenho que pensar na fluidez do vídeo.** Às vezes é um tema muito prático, tipo um que vou gravar hoje, sobre exercícios no saxofone, então só estruturar em tópicos já basta. Posso pensar: vou começar de tal forma, contextualizo sobre o tipo de estudo, a serventia do estudo, a base do conteúdo, o que é, por exemplo, o ciclo das quintas... nesse sentido. Falo para a câmera, conversando de forma fluida. (MONDINI, em entrevista, 2019, grifos do pesquisador)

De acordo com os entrevistados, o ensino de saxofone no *YouTube* pode ser fragmentado em certo ponto, as informações podem ficar espalhadas. Sabendo disso, o produtor de conteúdo pedagógico age de forma efetiva, buscando lidar com os desafios do ensino em rede. Uma fala que compreende esses aspectos compartilhados entre os participantes é a do

Romualdo: “[...] é preciso conhecer sobre o que está falando, é preciso ser claro e passar a informação de forma compreensível, sem muita enrolação. As pessoas querem algo rápido, que resolva o problema delas” (COSTA, em entrevista, 2019).

O quadro 22 é uma síntese das principais concepções pedagógicas de cada participante:

**Quadro 22** - principais concepções pedagógicas dos participantes

PARTICIPANTE	CONCEPÇÃO PEDAGÓGICA
<b>Elias Coutinho</b>	Não reproduz o modelo de ensino no qual foi submetido; costuma moldar a sistematização de ensino a partir das escolhas dos alunos; no <i>YouTube</i> adota uma abordagem determinística, prescritiva.
<b>Romualdo Costa</b>	Considera positivo reproduzir o modelo de ensino o qual foi exposto por se tratar de uma abordagem integrada com diversas áreas do conhecimento musical; no <i>YouTube</i> adota uma forma de ensino na qual aborda um problema e expõe diversos fatores que impedem sua resolução.
<b>Ronaldo Marquetti</b>	Considera ser uma mistura de todos os professores que ele teve, afirmando que sua forma de ensinar não é uma ruptura, mas sim, uma ressignificação; no <i>YouTube</i> gosta de abordar um problema oferecendo uma única forma de solucioná-lo, sem expor as variáveis que impedem a sua resolução.
<b>Suelen Mondini</b>	Afirma ter rompido com o modelo de ensino pelo qual aprendeu saxofone, principalmente por ser um modelo mais baseado na leitura do que no fazer musical; prefere ensinar fazendo uma contextualização sobre os assuntos; no <i>YouTube</i> ela busca fornecer ferramentas para que os alunos sejam capazes de resolverem os problemas que enfrentam; não simpatiza com a ideia de entregar os conhecimentos “prontos”, privilegiando a ideia de construção; pensa na especificidade do ensino no <i>YouTube</i> , fazendo questão de diferenciar a atuação pedagógica na plataforma da atuação pedagógica presencial.

Fonte: do autor, 2020

Essas concepções pedagógicas indicam que no espaço do *YouTube* há professores/produtores que, pela forma como se comunicam, podem estar criando uma didática

própria dentro da plataforma, o que provoca a necessidade de investigar profundamente esse ensino. Além disso, as pluralidades de pensamento dos entrevistados indicam que o ensino de música nesse espaço pode ser relativizado, no sentido de que cada produtor cria suas próprias orientações e, mesmo diferentes, podem funcionar para os consumidores, principalmente pelas individualidades de cada um, de acordo com os objetivos e gostos pessoais. Uma vez que um usuário tem um problema específico no saxofone, ele tem, por meio dos produtores, uma espécie de “cardápio” de resoluções.

### 5.1.2 Seleção de temas

Os produtores foram unânimes em considerar que cada rede social possui uma especificidade e, para selecionar temas que agradem o público se faz necessário conhecer o perfil dos seguidores e conhecer o perfil de funcionamento da rede social em si. Elias é um participante que demonstra facilidade no uso de tecnologias, isso é perceptível por meio dos vídeos postados no seu canal. Essa facilidade é evidenciada pela quantidade de redes sociais que ele utiliza: *Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram* entre outros. Por conta desse uso, Elias identifica muitas ferramentas disponíveis nessas redes, por exemplo, os *stories* e as enquetes do *Instagram*. A utilização de várias redes sociais é algo comum entre os influenciadores digitais (BACKES, 2019). Enquanto produtor, Elias Coutinho lembra da dificuldade em compreender o que o público queria e, ao mesmo tempo, faz apontamentos de como essa dificuldade foi amenizada através dos recursos disponíveis:

No passado eu selecionava o tema assistindo vídeos de outros canais, ou pegando as dúvidas dos comentários. Outra possibilidade era criar um vídeo com opinião divergente de outro profissional. Por exemplo, eu assistia um vídeo e, apontava algo diferente, de acordo com minha opinião. Eu tinha o cuidado de não citar o outro profissional por questões éticas. Eu falava que ‘isso aqui se faz DESSA forma, ouvi dizer que se faz de outra, mas não é daquele jeito’. As redes são muito interessantes, quase sempre o que você quer produzir, não é o conteúdo que realmente interessa as pessoas. Isso é muito louco! Você realmente tem que perguntar. Então seguindo esse raciocínio, realizar uma enquete no Instagram pode lhe dar um indicativo do que as pessoas querem consumir. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Além das enquetes e dos *stories*, uma das estratégias utilizadas para a seleção dos temas é a observação das postagens dos usuários, como relata Romualdo:

Quando vejo um vídeo, já vou conhecendo as dificuldades que aparecem: afinação, embocadura, projeção etc. Vou analisando esse tipo de coisa e, imagino que esses problemas são recorrentes em outras pessoas, aí sinto vontade de fazer um vídeo sobre o assunto. Então é por observação, percebo

os problemas dessa forma. São equívocos comuns no dia a dia do estudante de saxofone. (COSTA, em entrevista, 2019)

Numa perspectiva que envolve a criatividade, Suelen revela que faz uma “chuva-de-ideias” com os possíveis temas (MONDINI, em entrevista, 2019). O produtor Ronaldo expôs que a escolha do tema é “uma das piores partes” (MARQUETTI, em entrevista, 2019). Todavia, para ter um direcionamento, Ronaldo busca abordar temas voltado para um público iniciante:

Se tratando de *YouTube*, acredito que quem procura mais conteúdo são aqueles que menos têm conhecimento, quem tem mais conhecimento não procura tanto. Então, procuro produzir materiais para ajudar os mais necessitados. É uma tarefa difícil, eu penso muito...às vezes penso que algo será promissor e anoto, não posso correr o risco de esquecer esses conteúdos. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Outra forma de seleção, de acordo com os participantes, está disponível por meio dos dados fornecidos pela plataforma através da aba *Analytics*, ou seja, as estatísticas gerais do vídeo: *views*, retenção do público, alcance, interação, *likes* e *deslikes* etc. Suelen e Elias são os dois produtores que mais observam essas estatísticas:

Observar os dados do meu canal é importante, vejo o que o pessoal está curtindo, vejo o que estão pedindo, mas também faço de acordo com minha vontade. Gosto de falar sobre algo que quero comunicar no momento. Se estou lendo um livro, se aquele assunto está na minha cabeça, se estou a fim de falar daquilo, aproveito e trabalho com ele. Não sigo uma sequência rigidamente pré-estabelecida, e não gosto de fazer um vídeo apenas por fazer. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Apesar das estatísticas serem importantes no processo de seleção dos temas, tanto a Suelen quanto o Elias demonstraram que não são totalmente dependentes delas:

Os números não são meu principal parâmetro de trabalho, mas sim o que as pessoas querem e o que acredito que elas precisam. Penso que de um grande número, sempre vai ter uma pequena quantidade que vai realmente desenvolver algo, então me preocupo mais com esse pequeno número que quer, do que com o número massivo. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

De forma geral, percebe-se que há um equilíbrio na escolha dos temas, eles ponderam entre o que os usuários pedem, entre o que eles acham necessário e, entre o que os dados de cada canal fornecem de informação. Temas com pouco engajamento costumam não ser preferidos pelos produtores, mas não são totalmente negligenciados pois podem ser considerados necessários para os inscritos. Compreende-se então a importância dessa relação entre produtores e inscritos, configurando-se como um ensino que se retroalimenta a partir das interações, pessoas com pessoas, pessoas com a plataforma do site.

### 5.1.3 A importância do *feedback* dos inscritos

Ao que indica os produtores, o *feedback* dos inscritos é fundamental para a manutenção e para o direcionamento do canal, além de ajudar a saber se o conteúdo foi trabalhado de maneira clara, se foi eficaz. É através dos inscritos que novos temas são gerados, que certos formatos se consolidam ou deixam de ser compartilhados na plataforma. De forma consensual, os produtores compreendem que o *feedback* pode vir de várias formas, seja através de *likes* e *deslikes*, seja através de comentários. Com a ajuda dos inscritos Romualdo consegue perceber se foi claro em suas explicações: “As pessoas falam: ‘Pô, professor, me ajudou bastante. Obrigado!’. Então acaba tendo uma funcionalidade: você expõe a ideia, o cara aprende, agradece. Isso é sinal que funcionou!” (COSTA, em entrevista, 2019). A fala de Romualdo mostra que o retorno positivo dos inscritos também serve de estímulo emocional para dar continuidade ao trabalho. Ainda nesse sentido, Ronaldo afirma:

Recebo muitos comentários, alguns são engraçados, mas você sabe que ajudou. Tem gente que fala: “Obrigado, professor, você é o salvador do Brasil!”. Outros dizem: “Ainda bem que me ajudou, eu já ia jogar o sax fora”. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Elias Coutinho também demonstra satisfação com os retornos positivos:

Através de um vídeo que fiz sobre *slap tongue* recebi um relato de um professor universitário, ele me disse: “Professor, não sei executar a técnica, mas como dou aula na graduação, preciso que os alunos executem a técnica por conta de algumas peças. Eu utilizo o seu vídeo em sala de aula para ensinar meus alunos”. Eu achei isso maravilhoso! É um vídeo gratuito do meu canal, são informações que, mesmo fragmentadas, são capazes de trazer um conhecimento. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Apesar dos comentários positivos, por se tratar de um espaço aberto, o produtor pode receber comentários constrangedores ou que causam alguma espécie de desconforto. Ronaldo Marquetti explica que alguns comentários “só servem para tumultuar” e, nesse sentido, Suelen relata que essa exposição é desafiadora para o produtor:

Confesso que no início foi difícil, eu me esforçava, estava cheio de expectativas. Você fica insatisfeito quando alguém aparece apenas para fazer comentário negativo. Mas, com o passar do tempo, fui percebendo que isso é normal, é até compreensível. No entanto, se vídeo recebe muito dislike, vale um olhar cuidadoso para descobrir o motivo. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Além do estímulo emocional, Elias Coutinho explica como o *feedback* dos inscritos podem fazer com que o produtor consiga perceber a perspectiva das pessoas que estão do lado de fora da produção: [...]“recebemos muitas dúvidas através dos comentários, então,

selecionamos aquelas mais interessantes, com um caráter mais genérico, que você sabe que pode ajudar mais pessoas” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

De acordo com as entrevistas, é possível perceber que os professores entendem que o termo “fragmentado” seja algo negativo sobre o ensino dentro do *YouTube*. No entanto, com os retornos apresentados nesta seção, o fato de um conteúdo estar espalhado pode ser funcional para quem procura uma informação rápida, além de facilitar o acesso, pois não é possível medir quem vai fazer uso da informação prestada.

O retorno do público é um fator relevante para o funcionamento de uma rede social. Segundo Backes (2019, p.73), “[...] a base para um bom desempenho nas redes, convertido também para trabalho, ocorre através da confiança e coerência reconhecidas pelo público nos seus discursos e práticas”. Dessa forma, é possível concluir que a interação, de forma geral, é relevante para diversos aspectos, tanto para o canal, quanto para o produtor. A interação se constitui como elemento fundamental para a pedagogia nesses espaços. Retomando Gohn (2008); Scotti, Ribeiro (2009); Ciro Santos (2014), é o ambiente menos hierarquizado, unindo indivíduos por um interesse semelhante, marcado pela colaboração entre produtores e participantes que faz do *YouTube* um espaço diferenciado e propício para a aprendizagem.

Um ponto relevante nessa discussão é a compreensão das concepções pedagógicas dos produtores, pois, a partir delas é possível ter indicações de como esse pensar pedagógico reflete nos vídeos produzidos para o *YouTube*. Juntamente com essa influência, percebe-se que a atuação pedagógica dentro da plataforma influencia o trabalho pedagógico fora dela. Outra questão que vale ser destacada é a noção de fragmentação do conteúdo na plataforma do *YouTube*. De forma geral, os entrevistados entendem que essa fragmentação é prejudicial para a aprendizagem. No entanto, vale esclarecer que é possível encontrar aulas no formato tradicional dentro do site, organizadas em *playlists*, sistematizadas e sequenciais. Ainda vale destacar que, devido às múltiplas possibilidades de uso do *YouTube*, os vídeos podem ser utilizados também como recurso didático no ensino presencial. Sendo assim, essa característica pulverizada da informação pode ser vista como algo positivo, como foi possível ver na fala do Elias Coutinho.

Vale destacar que as concepções pedagógicas dos produtores apontam para uma produção do conhecimento específica para o contexto on-line. Como já foi explicado por Burgess e Green (2009) o *YouTube* é uma rede de relacionamento, sendo assim, fica claro como o público influencia no conteúdo que é produzido, no tema que é abordado pelos professores e, essa troca de interesses ajuda a consolidar a plataforma como um espaço pedagógico moderno, não institucionalizado no caso dos participantes desta pesquisa, não



linear, flexível ao interesse do público e marcado pela digitalização da informação.

## 5.2 Produção de conteúdo no *YouTube*

A produção de conteúdo na *internet*, especialmente no *YouTube*, é vista pelos participantes como algo fundamental, além disso, eles demonstraram que não basta realizá-la de forma descompromissada, é necessário haver empenho, prática e estudos. Pois, como vimos na seção dos saberes necessários para a produção de conteúdo, foi possível pontuar uma série de aprendizagens imbricadas nesta tarefa. Nesse sentido, Ronaldo compreende que a produção de conteúdo na *internet* é de extrema relevância para os músicos na era digital: “[...] os melhores músicos do Brasil fazem isso, viram que é um negócio que dá certo e quem não fizer, vai ficar para trás” (MARQUETTI, em entrevista, 2019).

Da mesma forma que os produtores possuem diferentes concepções e estratégias pedagógicas, não há, aparentemente, uma espécie de “manual da produção de conteúdo” que possa ser rigidamente seguido para alcançar os objetivos pretendidos. Ao que indica Backes, não há um caminho fixo para o crescimento do canal e para gerar engajamento com o público:

Existem canais bem-sucedidos com vídeos gravados num mesmo ambiente, com celular estático e sem edição e há aqueles com câmeras profissionais, luzes artificiais, vários enquadramentos, em movimento e com cenários diversos. (BACKES, 2019, p.39)

Vale lembrar que, os canais dos produtores possuem uma marcação bem delimitada sobre os propósitos musicais e pedagógicos. Dessa forma, os produtores revelaram que há diversas formas de produzir conteúdo e, há várias formas de aprender a produzir conteúdo. Elias Coutinho afirma moldar sua forma de produção de acordo com os dados fornecidos pela própria plataforma: “O *YouTube* permite que você veja muita informação sobre os vídeos que você posta. O *YouTube* é uma mídia social muito competitiva. Utilizando os dados eu alcanço o máximo de pessoas possíveis. São coisas que a rede exige.” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Ainda sobre essas diferentes formas de aprender a produzir conteúdo no *YouTube*, Ronaldo Marquetti esclarece que o processo de tentativa e erro o ajuda a desempenhar as atividades pedagógicas na plataforma:

[...] fui procurando informações, pegando um pouco aqui e ali, fui fazendo vídeos que não eram tão bons, depois fui melhorando. Hoje cheguei nessa qualidade, ainda não é a melhor, mas dá para as pessoas entenderem. Não fiz nenhum curso formal para isso, desenvolvi justamente nesse processo de observação e de prática. Também utilizo minha intuição, observo outros canais e vejo o que chama a atenção das pessoas. Eu não vejo os canais do mesmo nicho que o meu como concorrentes. Tal professor pode falar de uma

maneira, eu posso abordar o mesmo assunto de outra, então as informações se complementam, quem ganha com isso é o usuário que vai ter várias opções. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Essa fala de Ronaldo aponta para o *YouTube* como um lugar onde é possível dar aula e, onde é possível aprender como dar aula seguindo as tendências do site. Nesse sentido, Romualdo concorda com Ronaldo e, demonstra que aprendeu a produzir conteúdo no *YouTube* de forma semelhante: “Fui observando coisas que se repetiam. Fui percebendo a necessidade de abordar tais assuntos, algumas dúvidas eram frequentes e, comecei a criar conteúdo para atender essas demandas.”. (COSTA, em entrevista, 2019)

Além do *YouTube*, Suelen Mondini mostra como tem aprendido a produzir conteúdo na plataforma: “[...] estudei muito pelo próprio *YouTube*, seja por videoaula, tutorial sobre iluminação. Também li artigos, pedi dicas para amigos produtores que entendem de áudio e imagem. Fui seguindo as orientações e aprendendo” (MONDINI, em entrevista, 2019). Independentemente dos conhecimentos técnicos, ou dos materiais disponíveis para a produção, Suelen, além de concordar com Ronaldo e Romualdo, defende que o importante é iniciar o trabalho:

Gravei meu primeiro vídeo ao lado da janela, visando melhorar a iluminação, [...] no começo a iluminação está boa, mas vai escurecendo ao longo do vídeo. A gravação desse vídeo foi muito lenta, minha fala estava bem travada, a edição era bem rudimentar no *MovieMaker*. Mas, o importante é começar. O meu conteúdo era bom e, eu só tinha aquela estrutura no momento. Fui produzindo e hoje estou aqui. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Uma unanimidade entre os produtores é a importância da frequência, pois, na concepção deles, não basta produzir conteúdo esporadicamente, é necessário estar constantemente alimentando os canais do *YouTube* com novos vídeos. Este consenso entre os produtores reforça o conjunto de “elementos base para um canal profissional” proposto por Backes (2019, p.200): “Conteúdo/mensagem + encantamento + estilo + regularidade/constância”. Nessa direção, Elias Coutinho comenta que a frequência das postagens pode ser mais importante do que o conteúdo produzido: “[...] muitas vezes a frequência é mais importante do que o conteúdo. Acredito que o número de inscritos do meu canal é uma soma da metodologia que adoto com a frequência de postagem” (COUTINHO, em entrevista, 2019). Portanto, não manter a frequência de postagens pode prejudicar o produtor.

De acordo com Suelen, há muitos saberes que precisam ser dominados: “[...] é importante conhecer sobre mídias, conhecer sobre produção, edição [...]. Além disso, é preciso entender de captação de áudio, de imagem, entender de iluminação” (MONDINI, em entrevista,

2019). Esses saberes técnicos citados por Suelen parecem influenciar diretamente na retenção do público e, sobre isso, Elias Coutinho complementa:

Em todas as redes sociais que trabalho, por vezes os usuários toleram uma qualidade não tão boa de imagem, mas o áudio nunca pode estar ruim. Já presenciei ocasiões de alguém apresentando um excelente conteúdo, mas por conta do áudio que estava baixo ou com algum ruído, um espectador falava: “O som tá baixo... aumenta isso aí”. O áudio é inegociável em qualquer rede, por isso a pessoa que vai gravar vídeos com sax precisa ter uma placa de áudio no computador, a captação deve ser a mais profissional possível. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

A compreensão sobre produção de conteúdo pedagógico de música no *YouTube* ainda é pouco sistematizada em publicações científicas. Por meio das falas dos candidatos é possível ter dimensão dos fatores que englobam esse fazer pedagógico contemporâneo. Como mencionado através das entrevistas, o produtor precisa ter conhecimentos técnicos sobre os equipamentos responsáveis pela produção dos vídeos. No entanto, vale ressaltar que a postura pessoal, a essência do conteúdo pode ser mais importante do que qualquer técnica utilizada na produção dos vídeos (BACKES, 2019, p.216-217).

Conhecendo os saberes necessários para atuar na internet como produtor de conteúdo pedagógico (quadro 22, p.101), o quadro 23 indica caminhos para que esses saberes sejam desenvolvidos, baseado na experiência dos entrevistados, podendo fornecer pistas sobre a forma de aprender na era digital:

**Quadro 23** - como os produtores desenvolveram os saberes necessários para atuar na internet

<b>PARTICIPANTE</b>	<b>MEIO DE APRENDIZAGEM</b>
<b>Elias Coutinho</b>	Observação de indicadores fornecidos pela plataforma; observando as opiniões dos usuários.
<b>Romualdo Costa</b>	Tentativa e erro; observando vídeos do mesmo gênero.
<b>Ronaldo Marquetti</b>	Observando vídeos no <i>YouTube</i> de profissionais que atuam na mesma área; tentativa e erro.
<b>Suelen Mondini</b>	Conversando com amigos da área de Produção; lendo artigos na internet; assistindo tutoriais do <i>YouTube</i> .

**Fonte:** do autor, 2020

Nesse contexto, os produtores compreenderam o quão é importante dominar uma série de saberes que não são necessariamente musicais para uma atuação docente no *YouTube*. Além disso, o caminho trilhado para a apreensão de tais conhecimentos, indicam processos

colaborativos de aprendizagem e, indicam que o *YouTube* tem sido um espaço que ajuda a entender um pouco mais sobre as formas de aprender na atualidade.

### 5.2.1 Saberes técnicos (iluminação, edição de vídeo etc.)

As seções anteriores foram voltadas para os caminhos de aprendizagem trilhados pelos produtores, além de mostrar como o *YouTube*, a partir da sua estrutura de funcionamento, proporciona um espaço pedagógico com conteúdos diversificados. Nesta seção, abordo os saberes citados pelos produtores aplicados no dia a dia da produção, incluindo os equipamentos e *softwares* utilizados, assim como pistas sobre como eles fazem uso desses recursos necessários para a criação de material pedagógico no contexto das redes sociais.

O consenso entre os produtores parte da premissa que o *YouTube* é um ambiente repleto de vídeos, então, para atender às expectativas dos usuários, o vídeo deve ter uma imagem nítida e um áudio sem ruídos, além de outros recursos incluídos na edição dos vídeos. Para obter uma imagem que agrade aos usuários é necessário dispor de equipamentos que iluminem o ambiente de gravação, além da utilização de câmeras que filmem em alta resolução. De acordo com Suelen Mondini, a qualidade de produção do material pedagógico deve ser rigorosamente avaliada:

O vídeo tem que ser de qualidade. Se a imagem for ruim, se o áudio não estiver legal, o seu vídeo é menos assistido. Eu tive muita bola na trave por causa disso. Tenho vídeo que a iluminação estava errada. No começo a qualidade dos meus vídeos era bem baixa, mas comecei mesmo assim, depois fui investindo. Todo o dinheiro que conquistei na venda dos *e-books* foi convertido em equipamento: câmera, *softbox*, gravador, microfone, computador e softwares. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Ronaldo Marquetti demonstra estar atento à qualidade dos vídeos produzidos, relatando como foi adquirindo mais equipamentos e conhecimento na intenção de melhorar a produção:

É necessário ter alguns equipamentos, mas não adianta apenas tê-los, tem que saber usá-los. Comecei tentando fazer apenas com a câmera, então descobri que o som não ficava bom. Depois comprei uma mesa e um microfone, mas não deu certo, tive que comprar uma placa de áudio, e por aí vai. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Elias Coutinho fez recomendações sobre investimento em materiais para quem pretende iniciar um trabalho pedagógico no *YouTube*, visando a relação entre custo e benefício:

Eu recomendaria que uma pessoa interessada em produzir vídeos para o *YouTube* pesquisasse o mínimo sobre captação de imagem, até porque, atualmente, qualquer câmera de celular, na faixa dos 800 reais, filma em HD. Se você sabe o básico de iluminação, já consegue proporcionar uma ótima imagem com esse material. Um microfone de lapela por 130 reais, acoplado no celular, já capta uma boa qualidade de áudio. Ou seja, com cerca de 1000

reais você consegue ter um bom vídeo. Como material inicial, indico: um celular, um refletor com papel seda, um microfone de lapela. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Através dessas falas, as indicações sobre preços ou sobre equipamentos envolvidos no processo de produção apontam a necessidade de investir dinheiro, numa proporção não acessível para algumas pessoas. Nesse sentido, Romualdo Costa faz ponderações sobre o uso desses materiais, concordando em certo ponto com o Elias, indicando que o um *smartphone* pode ser uma solução viável em algumas ocasiões:

Eu faço com o que tenho. Sou espontâneo! Minha lâmpada é razoavelmente boa [aparenta ser uma lâmpada comum], aqui na chamada de vídeo você vê a imagem um pouco escura por causa da câmera do notebook, mas se eu gravar com minha câmera usual a imagem sai bem nítida. Minha sala tem um tratamento acústico básico, tenho algumas espumas na parede, então o som sai limpo. Não utilizo microfone ou luz especial. Minha câmera é uma Nikon Cool-Pix P500, embora o áudio dela não seja o ideal, a imagem é muito boa. O áudio sai muito agudo, então as vezes ajusto isso na edição. É isso! Por vezes uso até mesmo a câmera do celular. Daqui para frente pretendo investir na captação de áudio. Tem gente que utiliza o microfone do fone de celular e depois edita no programa. Estou gravando meu curso novo com um desses. Um pouco mais para frente pretendo fazer algo mais elaborado, vou utilizar um microfone melhor. Mas, esses recursos já são suficientes para mim, eu só gravo com a câmera Nikon quando o vídeo vai passar de 20 minutos. Se for um vídeo curto, menor que 10 minutos, acho mais rápido gravar no celular. (COSTA, em entrevista, 2019)

Mesmo dispondo de equipe técnica e de uma vasta gama de equipamentos, Elias afirma que no início do trabalho o orçamento era baixo, então, o produtor considera ser possível aprender a produzir praticamente sem gastar dinheiro, mas indica a importância do aumento nos investimentos conforme o crescimento do canal:

No começo eu pegava o máximo de vídeos gratuitos, eu virava a noite buscando informação de como fazer um site, como iluminar o ambiente de gravação, como captar o áudio. Pesquisei muito no próprio *YouTube*. Quando meu trabalho na web começou a gerar receita, fui investindo em cursos pagos. Hoje, se preciso aprender algo, raramente vou procurar no *YouTube*, eu adquiro um curso pago, me poupa muito tempo. Por exemplo, recentemente comprei um curso sobre como montar uma agência de lançamento de artistas, é o que pretendo fazer em breve [...]. Na questão de qualidade, sempre pensei em proporcionar a melhor imagem e o melhor conteúdo. Na época que iniciei, o orçamento não era grande para produzir os vídeos, mas percebi que dava para fazer coisas interessantes com pouco dinheiro. Algumas delas utilizo até hoje, por exemplo, nunca comprei um *softbox*, era um material um pouco mais caro, então adaptei um refletor com um papel de seda para fazer a difusão da luz. Aqui do lado coloquei um abajur [nessa hora ele mostra o equipamento para a câmera, dá para perceber uma luz avermelhada], no chão tem outro. Desde o início busquei qualidade com materiais não tão caros. Sempre fui

muito chato com vídeo, eu queria entregar uma imagem e um áudio de alta qualidade. Hoje é possível encontrar nos meus vídeos mesas digitalizadoras, *tablets*, procuro ser exigente comigo mesmo. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Da mesma forma que Elias e Romualdo apontam a relação entre custo e benefício dos equipamentos, Suelen também percebeu essa situação como um desafio no início das produções: “Eu olhava outros canais didáticos, sem ser de música e, percebia que minha qualidade estava bem abaixo do que deveria ser. Então busquei refletir sobre formas de tornar a produção efetiva e viável”. (MONDINI, em entrevista, 2019).

Conforme os equipamentos e os conhecimentos disponíveis, cada produtor revelou o que é utilizado no processo de produção dos vídeos. Elias traz detalhes sobre os equipamentos utilizados de acordo com as características dos vídeos:

Para fazer o vídeo comentando uma performance utilizo o *Screanflow*, é um *software* de vídeo específico para o *Macbook*. Para gravar as *lives* uso uma *webcam* Brio da *Logitech*. O microfone varia, uso um condensador ou um dinâmico. Na iluminação gosto de usar uma luz superior bem potente, na faixa de 60 *watts*. Como luz lateral utilizo um refletor com papel seda, na outra lateral uso uma luz vermelha para cria uma contraluz, também gosto de mais uma luz no chão, funcionando como uma luz traseira, só para dar um efeito mesmo. Quanto ao áudio, utilizo uma mesa digital da *Behringer Xenix*. Procuro usar um material muito bom para me poupar tempo na edição. Só fazendo um acréscimo, a captação do áudio é tão boa que eu só coloco um *reverb*. Se eu termino uma aula, ela dando 15 minutos, subo para o site e posto. Não trato imagem, nem áudio. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Na mesma linha de Elias, Ronaldo também revela os materiais utilizados para otimizar a produção, sempre demonstrando a necessidade de avaliar o próprio trabalho:

Uso uma câmera Sony HD, mas preciso melhorar, estou pensando numa Canon, pois ela tem uma qualidade melhor. Uso uma placa de som, uso um microfone condensador Samsom C2, uma placa de áudio M-Audio. De software eu uso o Sonny Vegas para editar os vídeos e o Kate Walker, o antigo Sonar, para editar áudios. Se pegar só da câmera fica ruim, você perde muito em qualidade de som. Eu uso dois guarda-chuvas daqueles de fotografia, com uma lâmpada de 80, o certo seria usar softbox, mas ainda não faço isso. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

O processo de produção de Suelen também passa por diversos recursos:

Uso uma câmera chamada Canon 70D, podendo utilizar duas lentes, uma básica ou uma de 50 milímetros. Na iluminação uso um softbox com a opção de luzes direcionais. Quanto ao áudio, antes eu gravava com um microfone de lapela para voz e outro solto para o instrumento. Hoje eu capto tudo com o Zoom HN4, o gravador externo de áudio, depois eu faço uma compressão desse áudio no Audacity. Nesse microfone há dois condensadores embutidos, eu sofro um pouco porque minha casa não é isolada acusticamente, então as vezes escapa algum som de latido ou de carros. Uma interface de áudio vai

ajudar ainda mais no processo de captação do áudio. Quanto ao software de edição de vídeo, uso o Wondershare Filmora, ele é bem simples para trabalhar. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Por conta dos equipamentos e dos *softwares* utilizados, produzir material pedagógico no *YouTube* é uma tarefa que demanda tempo. Talvez o ponto que mais chama atenção nessa discussão é o quanto de conhecimento técnico que um professor do *YouTube* deve dominar para ser didático. Mesmo compreendendo que os conhecimentos citados podem pertencer a outra área, como a Produção num sentido amplo. Nesse sentido, de acordo com as reflexões obtidas por meio das obras citadas nos capítulos iniciais desta dissertação, penso, em conformidade que os conhecimentos sobre produção devem ser incorporados às necessidades básicas de um professor na era digital. Se no ensino presencial buscamos levar o conteúdo numa forma que incentive a participação dos alunos, empenhando esforços para que a aula seja “atrativa”, por que no contexto da internet seria diferente?

De acordo com o que foi revelado nas entrevistas, apenas produzir o material pedagógico não basta, apenas dar aula não é o suficiente. Se o professor/produtor não dominar os conhecimentos ligados à produção, se não souber manusear os equipamentos necessários, a comunicação não vai ser efetiva, como a Suelen afirmou, o vídeo pode nem ser assistido. Continuando na linha dos materiais, Elias e Romualdo conseguem traçar uma solução alternativa de materiais para a produção, sendo necessário ter: *smartphone*, microfone de lapela (opcional), refletor, papel seda (opcional). No entanto, para uma produção de vídeos com caráter mais profissional, o quadro 24 traz uma lista dos equipamentos mais utilizados pelos participantes da pesquisa:

**Quadro 24** - equipamentos utilizados pelos participantes

<b>PRODUTOR(A)</b>	<b>CAPTAÇÃO DE IMAGEM E DE ÁUDIO</b>	<b>ILUMINAÇÃO</b>	<b>EDIÇÃO DE VÍDEO</b>	<b>EDIÇÃO DE ÁUDIO</b>
<b>Elias Coutinho</b>	<i>Webcam Brio</i> (marca <i>Logitech</i> ); microfone condensador ou dinâmico acoplado numa mesa de áudio <i>Behringer Xenix</i>	Luz no teto em torno de 60 <i>watts</i> ; refletor com um papel seda; abajur de cor avermelhada para dar um efeito mais quente na imagem.	<i>Screanflow</i> <sup>21</sup> .	Como a captação era considerada satisfatória para o produtor, ele não via a necessidade de editar o áudio em um <i>software</i> específico.
<b>Romualdo Costa</b>	Câmera <i>Nikon Cool-Pix P500</i> , ou câmera do <i>smartphone</i> .	Lâmpada no teto.	<i>Sony Vegas</i> .	Geralmente não via a necessidade de realizar a edição de áudio em um <i>software</i> específico.
<b>Ronaldo Marquetti</b>	Câmera <i>Sony HD</i> ; microfone <i>Samsom C2</i> ; placa de áudio <i>M-Audio</i> .	Guarda-chuva de fotógrafo e lâmpada de 80 <i>watts</i> .	<i>Sony Vegas</i> .	<i>Kate Walker</i> .
<b>Suelen Mondini</b>	Câmera <i>Canon 70D</i> , com uma lente básica ou de 50 milímetros; gravador externo de áudio <i>Zoom HN4</i> .	Softbox com luzes direcionais.	<i>Wondershare Filmora</i> .	<i>Audacity</i> .

Fonte: do autor, 2020

<sup>21</sup> *Software* de edição de vídeo.



### 5.2.2 Engajamento com o público por meio das ferramentas das redes sociais

O engajamento com o público, conforme constatado pelas entrevistas, é um processo no qual as pessoas interagem, comentam, compartilham, é o envolvimento em si. Backes (2019, p.103) afirma que o “diferencial de um conteúdo produzido para a internet é que ele deve fomentar o diálogo com o público.”. Sendo assim, para que o público se sinta convidado para participar das publicações, os produtores revelaram uma série de estratégias. Enquanto o Elias e a Suelen possuem bastante recursos para lidar com o público, Romualdo e Ronaldo desempenham esta atividade de modo menos sistematizado. Para Elias Coutinho

o engajamento acontece principalmente pelos comentários e pelas respostas aos comentários. Os canais em geral se comunicam assim com os seguidores, você pode responder um comentário apenas escrevendo no espaço indicado, ou você pode responder com um vídeo postado no canal futuramente. O “Elias responde” traduz bem essa ideia. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Suelen Mondini defende que o engajamento é mantido a medida em que o produtor faz postagens de forma frequente. Além de regularidade ser tida como essencial para o engajamento, Romualdo acrescenta a importância de não deixar as pessoas sem resposta:

Eu olho principalmente os comentários, e a própria live é uma oportunidade de gerar engajamento. Tem professor que faz a live e não fala com ninguém, mas as pessoas gostam de receber atenção, de ser chamadas pelo nome. Ontem fiz uma live, fiz questão de responder todas as perguntas. Obviamente tem resposta que você não consegue dar ao vivo, mas gosto de indicar um vídeo para ajudar a resolver a dúvida da pessoa. Isso é uma forma de dar atenção para a pessoa, isso ajuda a mantê-la seguindo seu trabalho. Você se mostra como uma pessoa acessível, e não como um ícone. Utilizo minha naturalidade, realmente gosto de ser atencioso com as pessoas. (COSTA, em entrevista, 2019)

Todos os entrevistados concordam que o engajamento, o estímulo à interação, não ocorre exclusivamente dentro do *YouTube* e, o *Instagram*, o *Facebook*, o *WhatsApp* e o *Telegram* são outras redes sociais utilizadas para esta finalidade. O produtor Elias Coutinho, por contar com o auxílio de uma equipe de produção, tem facilidade em utilizar diversas redes sociais de acordo com os objetivos pretendidos:

Hoje temos usado bastante o Instagram, é uma rede com um potencial enorme, então estamos buscando converter os seguidores do Instagram em inscritos do *YouTube*. As redes em geral são importantes, por isso uma das nossas estratégias é não repetir o conteúdo nelas simultaneamente. No Instagram nos aproximamos das pessoas através dos stories, sendo que essa ferramenta também existe no *YouTube*, mas não funciona com a mesma efetividade. Outra coisa que entendemos é que nem todas as redes funcionam para o nosso seguimento. O Twitter é uma delas. Dentro das redes que funcionam para o nosso trabalho, destaco o Instagram e o E-mail, porque é onde quero meus seguidores estejam. Eu justifico essa intenção principalmente porque o

Facebook, o Instagram e o *YouTube* são lugares que eu não consigo controlar a visualização das pessoas. Eu posso produzir o conteúdo, mas são essas redes que levam minha mensagem para as pessoas. Já no e-mail e no Telegram, todas as pessoas da lista visualizam o que eu mando. No *YouTube* tenho 17 mil inscritos, se eu enviar um vídeo agora, tenho certeza que os 17 mil não serão notificados do envio neste exato momento. No Telegram não é assim [...]. Tenho um grupo de improvisação no Telegram com 272 pessoas e, o último vídeo que postei lá foi visualizado por 271 pessoas, essa métrica é impossível no *YouTube*. Raramente um vídeo ou outro atinge números absurdos, trazendo mais visualizações do que inscritos. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Da mesma forma que Elias, Romualdo apoia o uso de diferentes redes sociais de acordo com cada propósito do produtor:

Uso principalmente o Facebook e o Instagram. No Instagram eu busco mais o público da área de casamentos, não uso o meu perfil de lá para as dicas, porque isso já está bem forte no meu canal do *YouTube*. Embora eu tenha 6 mil likes na fanpage do Facebook, não posto dicas por lá, pois exploro mais os vídeos para casamento. Ainda tenho um site que é exclusivo para casamentos. (COSTA, em entrevista, 2019)

Ronaldo não indicou estratégias ou uma gama de indicações sobre o uso das redes sociais, mas revelou que utiliza o *Facebook*, o e-mail e o *WhatsApp*:

Uso principalmente o *Facebook*, colocando um trecho do vídeo e convidando os interessados a ver o restante no *YouTube*. Também tenho uma lista de contatos no e-mail e no *WhatsApp*, sempre quando tem conteúdo novo, essas pessoas são avisadas. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Suelen vê o *YouTube* como local apropriado para postagem de conteúdos pedagógicos, mas o engajamento, de acordo com a produtora, deve ser gerado também através de outras redes:

Minhas mídias sociais funcionam apenas como conversão, ainda não posto videoaula no IGTV do Instagram [...]. Atualmente, qualquer publicitário recomenda utilizar o Facebook apenas para replicar conteúdo do Instagram, então é isso que eu faço. Por mais que o Facebook não a rede social mais acessada do momento, estou lá porque tenho um público de faixa etária maior, mas as pessoas mais jovens já migraram para o Instagram. Você vai se adaptando às plataformas para as pessoas conhecerem o seu trabalho. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Esta seção traz um pouco mais de clareza em relação ao caráter sociotécnico abordado por Salgado (2016), pois, a fala de Suelen mostra o conhecimento de como a plataforma funciona, quando ela expõe que sem engajamento com o público, o *YouTube* pode parar de distribuir o conteúdo produzido. Além do engajamento, a utilização e o olhar para outras redes sociais contribuem para que o produtor seja capaz de se adaptar às plataformas nas quais atua,

pois, como as ações humanas nesses sites influenciam diretamente no funcionamento deles (SALGADO, 2016), o produtor deve estar em constante atualização.

Portanto, considerando as informações desta seção somadas às contribuições de Burgess e Green (2009), compreendo que ser pedagógico no contexto do *YouTube* passa pela apreensão e manutenção de habilidades específicas, pelos conhecimentos técnicos de informática, pela compreensão do *YouTube* enquanto rede sociotécnica, pela regularidade e persistência do trabalho desenvolvido. O conhecimento técnico e o engajamento com o público são tomados como elementos fundamentais para uma pedagogia da era digital.

Sendo assim, se estivermos dispostos a abrir mão de algumas concepções consolidadas sobre aprendizagem, podemos ver que o site está se delineando como um espaço pedagógico moderno e coerente com o perfil dos atuais usuários da internet.

### **5.3 O *YouTube* como alternativa profissional para professores de música**

De acordo com Backes (2019, p.52), o crescimento do *YouTube* e a interação entre produtores de conteúdo com o público tem proporcionado um ambiente favorável para empresas. No entanto, os participantes da pesquisa afirmaram que canais de saxofone, por ter uma característica menos genérica de seguidores, são canais que dificilmente atingirão patamares dos maiores canais do mundo em número de inscritos<sup>22</sup>, como por exemplo o *T-Series* (137 milhões) e o *PewDiePie* (134 milhões de inscritos). Todavia, os produtores revelaram que é possível firmar parcerias comerciais, além de obter benesses financeiras resultantes do trabalho no *YouTube*. Nesse sentido, mesmo que o canal não produza uma receita satisfatória ao produtor, ao menos serve como uma vitrine que eleva o trabalho do músico a patamares superiores de reconhecimento.

#### **5.3.1 Vantagens financeiras e parceiras comerciais**

Ronaldo Marquetti é um produtor que, apesar do sucesso dentro do *YouTube*, não tinha firmado parcerias comerciais no período em que ocorreu a entrevista. Todavia, os demais participantes revelaram receber benefícios financeiros originados a partir do trabalho na plataforma. Elias Coutinho explicou que dentre as relações comerciais possíveis, há patrocínios, apoios e *endorsements*:

---

<sup>22</sup> Ver a lista completa em: <https://rockcontent.com/blog/maiores-canais-do-youtube/>

Comercialmente falando, patrocínio envolve dinheiro. É diferente de ser *endorser* ou receber apoio. Cada nomenclatura significa uma relação diferente. Hoje nenhuma marca me patrocina, mas eu tenho apoios e *endorsement*. Eu endosso várias marcas, isto é, tenho desconto na compra do produto ou recebo o produto gratuitamente. A marca que mais me apoia é a Barkley – empresa de produtos e acessórios de instrumento de sopro. Eles me fornecem material, além disso, me ajudam custeando passagens aéreas, isso facilita minha locomoção, permitindo que eu ministre *workshops* dentro e fora do país. Eu moro no Pará, sair daqui custa caro, pelo menos 2 mil reais em passagens aéreas. Então, a Barkley por vezes custeia essa locomoção, deixando para os organizadores de um evento apenas o meu cachê e a logística. Nos meus vídeos é possível ver produtos de outras empresas, mas nesse caso é mais um tipo de troca, elas me apoiam e eu dou o retorno através do meu potencial de influenciador. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

De acordo com Romualdo Costa, há diferentes maneiras das empresas trocarem benefícios com os produtores, entre essas maneiras, há os *endorsements* citados por Elias, mas há diferentes configurações nesta troca:

Eu sou *endorser* da Jansen – empresa que fabrica e comercializa saxofone e acessórios. Não se configura como um patrocínio. Existem alguns tipos de *endorsers*: *endorser* exclusivo – você ganha o instrumento sem pagar nenhum dinheiro; tem o *endorser* mais comum, que ganha um desconto na compra do instrumento, as vezes 50%; ainda tem o *endorser* que compra o instrumento e a empresa divulga o trabalho dele. Eu sou o que ganha desconto na compra. Normalmente compro com desconto e a empresa ainda me divulga nos canais dela. Mas ainda não cheguei no patamar de uma marca querer minha exclusividade. (COSTA, em entrevista, 2019)

A fala de Romualdo indica que há uma relação de troca, mesmo que o produtor não pague pelos produtos, a empresa compreende que esse retorno virá posteriormente através de novos compradores influenciados pelo músico parceiro. Desta forma,

[...]quando um vídeo é postado no *YouTube*, além de informar, entreter, divulgar uma marca ou produto, qualquer que seja a intenção, quem produz esse conteúdo, em geral, quer que as pessoas interajam e que esse material seja propagado, sendo reconhecido por mais pessoas. Quando isso ocorre, caso tenha publicidade, os produtos e as marcas tornam-se ainda mais conhecidos e, possivelmente, comercializados. (BACKES, 2019, p.62)

Romualdo é um produtor que tem autoconhecimento sobre sua imagem perante ao mercado de vendas de produtos musicais e da sua capacidade de influenciador, afirmando que ainda não está “no patamar” de uma empresa querer a exclusividade dele. Nesse sentido, as escolhas das empresas podem ser diferentes quando o canal é maior, por exemplo, o canal da Suelen Mondini, contabilizando mais de 57 mil inscritos. A produtora relata que esporadicamente há negociações para ações de *marketing*, embora ela também desfrute dos *endorsements*:

Eu tenho *endorsement*. Cada empresa faz um contrato diferente. Costumo trabalhar com instrumentos caros, então o benefício que ganho é o desconto

na compra. Funciona como uma troca. Em alguns casos, a marca me contrata para uma ação de *marketing*. Isso envolve um trabalho de equipe entre eu e a empresa, um plano de ação é desenvolvido pelo departamento de *marketing* da empresa interessada no meu apoio. Para isso acontecer é necessário um longo tempo de conversa, principalmente porque preciso fazer uma análise do produto. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Além das parcerias externas, os produtores revelaram que ganham dinheiro pelo próprio canal do *YouTube*, através do processo de monetização, isto é, quando o canal começa a ter a capacidade de gerar receita. Segundo o suporte do *Google*<sup>23</sup>, o canal pode gerar os seguintes tipos de receita:

**Receita de publicidade:** receba dinheiro pela veiculação de anúncios gráficos, de sobreposição e em vídeo. **Clube dos canais:** os membros do seu canal fazem pagamentos mensais em troca de benefícios especiais oferecidos por você. **Estante de produtos do canal:** os fãs podem procurar e comprar as mercadorias oficiais da sua marca divulgadas nas suas páginas de exibição. **Super Chat e Super Stickers:** os fãs pagam para que as mensagens deles apareçam em destaque no chat das transmissões ao vivo. **Receita do YouTube Premium:** receba parte da taxa de assinatura de um usuário do *YouTube Premium* quando ele assistir seu conteúdo. (GOOGLE, 2020)

Embora todos os produtores tenham conseguido a monetização, a maioria deles revelou que o valor gerado não é o maior benefício financeiro proporcionado pelo trabalho no *YouTube*. Ronaldo Marquetti esclarece essa questão por meio dos valores pagos ao canal dele:

Eu consegui monetizar, mas não penso nisso, nunca pensei. Para ganhar dinheiro é necessário ter milhares de visualizações. Num canal técnico como o meu, onde o instrumento não é de valor financeiro acessível, dificulta um pouco as coisas, por isso não tenho essas aspirações. Em 4 anos ganhei apenas 100 dólares. De toda forma, o retorno financeiro não é o principal do canal, não o criei com essa finalidade. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Romualdo também demonstra certa despreocupação com a receita gerada pelo canal dele:

Nunca foi minha intenção ficar rico com isso, mas sei que algumas pessoas conseguem. Eu monetizei o canal. É necessário passar por um processo bem burocrático, mas depois que aprova, você começa a ganhar por *views*, comentários, compartilhamentos e inscritos. Mas tem que ser um conteúdo autoral, se não for, você não ganha o dinheiro, ou então recebe uma parte muito pequena dele. Mas como nunca me preocupei com isso, acabei esquecendo que tinha dinheiro lá. Certo dia, após esse tempo acumulando, fui sacar e tive uma grata surpresa. Foi uma quantia interessante, mas eu não penso nisso nem como um complemento de renda, mesmo entendendo que isso é possível. Para monetizar o canal você precisa fazer o *YouTube* acreditar que tens a capacidade de gerar engajamento com um número interessante de pessoas. (COSTA, em entrevista, 2019)

<sup>23</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=pt-BR>

O dinheiro é pago para os produtores através da moeda dólar, então é necessário adotar algumas medidas para aproveitar melhor a renda obtida. Suelen revela parte desse processo:

Tem um número específico de inscritos para o *YouTube* liberar a monetização. Quando fui ajudada por uma publicitária, ela me falou sobre o Google AdSense. Fui orientada sobre o saque e outros processos. O *YouTube* nos paga em dólar, isso acaba gerando uma série de taxas por conta da conversão da moeda. Então é necessário saber a hora certa de efetuar o saque de modo que a operação se torne viável. Porém, se levar em conta todos os descontos é um valor pequeno, eu ainda não posso pensar em viver exclusivamente com a renda do *YouTube*. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Já Elias, retoma a importância de manter a regularidade de postagens, mas, desta vez, o intuito é defender que a falta de regularidade diminui a geração de receita:

Quando comecei era necessário ter 1000 inscritos para o canal ser monetizado, essas métricas mudam muito no *YouTube*. Além dos inscritos, o meu canal atende ao critério de horas anuais exigido pela plataforma, cerca de 40 mil horas se eu não estiver enganado. Meu canal tem bastante conteúdo, então não temo a desmonetização. Apesar de ser um valor interessante, minha renda principal vem do meu site pessoal. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Seja por fontes externas, seja através de mecanismos de compensação dentro da plataforma, o *YouTube* mostrou ser uma alternativa viável para profissionais do ensino de música, mesmo considerando as devidas proporções de cada canal. Outro fator a ser levado em consideração é o tempo, pois com a produção constante de conteúdo, o tempo parece favorecer os produtores e eles sabem disso. É possível notar isso através da fala do produtor Romualdo Costa, quando admitiu “ainda” não estar em determinado patamar. Esse “ainda” demonstra que o produtor conhece o seu potencial como influenciador e, entende que parte do crescimento vem com o tempo. Além dessas possibilidades, o *YouTube* demonstra atenção aos produtores. Elias Coutinho revela uma dessas demonstrações de suporte ao criador de conteúdo: “Quando você tem mais de 10 mil inscritos, o *Google* permite que se abra uma aba *Creator*, onde você consegue ter aulas com os grandes *youtubers* do mundo” (COUTINHO, em entrevista, 2019).

Considerando os dados fornecidos pela autora, é possível enquadrar os entrevistados na categoria de “micro influenciador”, isso em relação aos parâmetros gerais da produção de conteúdo na internet. No entanto, se considerarmos apenas o nicho do ensino de música, afunilando um pouco mais para o ensino de saxofone, os números conquistados pelos produtores são expressivos, principalmente os da Suelen, que contabiliza mais de 57 mil inscritos no canal do *YouTube*. De toda forma, vejo que o número de consumidores de vídeos pedagógicos de música está aumentando, além disso, os entrevistados têm influenciado outras pessoas a desempenharem o mesmo papel.

Assim como Elias Coutinho afirmou incentivar pessoas a produzir conteúdo no *YouTube*, Romualdo Costa afirmou ter um aluno que já produz tutoriais na plataforma. Acredito ser questão de tempo para que esses influenciadores conquistem mais seguidores e migrem paulatinamente para as outras categorias. Por fim, o quadro 25 traz uma síntese das parcerias comerciais citadas pelos produtores:

**Quadro 25** - parcerias comerciais listadas pelos produtores

<b>TIPOS DE PARCERIAS</b>
<b>Patrocínio</b> – negociações onde o produtor é remunerado financeiramente por alguém.
<b>Apoios</b> – uma marca oferece ajuda de custos que viabiliza o trabalho e a propagação do trabalho do produtor.
<b>Endorsements</b> – uma marca oferece desconto ao comprador de um produto, além de ajudar na divulgação do seu trabalho; a marca pode entregar o produto inteiramente grátis se compreender que o produtor tem forte poder de influência.
<b>Ações de marketing</b> – o produtor e uma marca planejam uma forma de divulgar um produto, de modo que tanto a empresa ganhe com a divulgação, fazendo uso da imagem do produtor, quanto o produtor é beneficiado financeiramente pela empresa.

Fonte: do autor, 2020

### 5.3.2 Utilizando a influência: quando o reconhecimento construído se torna algo mais

O influenciador é, na maioria das vezes, um indivíduo possuidor de conhecimento profundo em determinado segmento, além disso, esse conhecimento costuma ser utilizado para gerar interesse no público em relação a “ações promocionais” (BACKES, 2019, p.51). No caso dos participantes desta pesquisa, é possível observar que o conhecimento de saxofone e de ensino de música foi sendo construído ao longo de vários anos, sob diversos contextos, professores, modalidades de ensino e desafios profissionais.

Por não gozarem dos benefícios restritos às celebridades da internet, ou aos mega influenciadores, os entrevistados revelaram que o maior retorno obtido pelo trabalho no *YouTube* é a divulgação. De acordo com eles, mesmo morando fora dos grandes centros, a internet possibilita que o trabalho possa ser visto por muitas pessoas. Elias Coutinho comenta sobre como o trabalho do *YouTube* proporcionou a ascensão profissional dele:

O *YouTube* acabou se tornando a janela do meu trabalho, falo sem medo de errar, todo meu reconhecimento no Brasil e fora dele começou pelo *YouTube*. Tudo começou com o *YouTube*, se agora estou indo para São Paulo, tocar num festival internacional, é porque lá atrás comecei a trazer informação para as pessoas. Recebo o reconhecimento de várias pessoas, inclusive do meu

professor Dilson Florêncio, me parabenizando por essa contribuição para o saxofone no Brasil e fora dele. Tudo que tenho profissionalmente veio do *YouTube*. Se eu tivesse ficado só em Belém, atuando como músico em *shows*, com certeza não teria o reconhecimento que tenho hoje. Não teria conquistado o número de pessoas que me seguem hoje. O *YouTube* tornou tudo isso possível. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Morar em locais afastados dos grandes centros pode gerar certas dificuldades para divulgar o próprio trabalho e para ter acesso à algumas informações, como foi relatado por Elias Coutinho. Suelen, por morar numa cidade interiorana, explica como trabalhar no *YouTube* a ajudou em diversos sentidos:

O *YouTube* é o espelho do que fui desenvolvendo no meu processo docente e como instrumentista. O *YouTube* é uma vitrine, é um portfólio a céu aberto, ele me abriu muitas portas profissionalmente. Minha cidade é a terceira ou quarta maior de Santa Catarina, fica no Nordeste do estado, mas é uma cidade de no máximo 400 mil habitantes. Ou seja, cidade de interior. Embora o Sul do Brasil seja desenvolvido economicamente, ainda sim moro numa cidade de interior. Não há milhões de oportunidades aqui, a música tem um grau até onde você consegue chegar com ela aqui. Meu canal trouxe a oportunidade de ampliar meu trabalho, me trouxe a percepção de que eu aprendi mais com ele do que as pessoas aprendem comigo. Hoje vejo que absorvi vários conhecimentos nessa troca com saxofonistas diferentes. Hoje as pessoas me conhecem por ser *youtuber*, além de saxofonista e professora de música. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Por meio da entrevista com Elias e com a Suelen, constatou-se que é possível construir uma reputação e obter fama por meio do trabalho no *YouTube*. Backes (2019, p.72) afirma que uma das vantagens de atuar numa rede social digital é ter acesso um conjunto relações interpessoais que, trazem ao indivíduo reconhecimento, prestígio e confiança por parte das pessoas, o que se entende como um capital social. Ainda segundo a autora, a acumulação de capital social é “desenvolvida a partir do momento em que ocorre uma questão de cooperação frequente com outras pessoas. Independente de ser presencial ou virtual” (BACKES, 2019, p.73). Nesse sentido, foi perceptível como esse prestígio adquirido pelos produtores pode ser expandido para além do ambiente *on-line*. O professor Elias Coutinho revela como o prestígio conquistado tem extrapolado os limites das redes sociais, lhe proporcionando respeito em ambientes acadêmicos e uma confiabilidade necessária por parte dos consumidores dos seus produtos:

É comum eu ministrar palestras em universidades, mas isso só acontece hoje porque produzi conteúdo lá atrás. Além disso, posso dizer que minha maior renda vem do meu site, todas minhas redes sociais funcionam como um funil. As pessoas vão sendo direcionadas para o meu site. Na minha maior venda, no lançamento do meu primeiro curso, consegui ganhar 47 mil reais num período de 7 dias. (COUTINHO, em entrevista, 2019)



Romualdo indica como realizou um processo reverso, utilizando o prestígio adquirido fora do ambiente on-line para o âmbito do *YouTube*:

Em 2009 participei do programa do Raul Gil, foi um momento importante, eu estava empolgado, parecia que eu estava indo para os Estados Unidos da América. A partir daí, aproveitando a visibilidade nacional, comecei a postar muitos vídeos. Mas as coisas só melhoraram mesmo em 2013, depois que criei a escola de saxofone chamada Romualdo Costa. Nessa escola eu dava aula de vários instrumentos: violão, guitarra, teclado, canto etc. Mas fiquei conhecido pelo saxofone, então naturalmente investi mais nele. Atualmente dou aula *on-line*, utilizando o *Skype*, tenho alunos presenciais, mas, a maioria dos alunos estão espalhados pelo país. Já tive aluno dos EUA também, é brasileiro, mas mora por lá. (COSTA, em entrevista, 2019)

Assim como Romualdo e Elias indicam que o trabalho feito por eles tem sido visto por pessoas fora do Brasil, Ronaldo também indica esse benefício, todavia, o produtor já iniciou as postagens no *YouTube* com a intenção de divulgar a “Escola de Saxofone”:

Minha ideia é divulgar a escola, esse é o principal retorno. Quase 100% dos meus alunos me conheceram através do *YouTube*, inclusive tenho alunos de fora do Brasil. Desses alunos de fora do país, tenho alguns que acompanharam vários vídeos meus, então quando lancei o curso eles compraram porque já conheciam e confiavam no meu trabalho. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Observando as falas dos produtores, principalmente quando relacionadas ao reconhecimento nacional e internacional, reflito sobre o prejuízo que teríamos se as tecnologias não estivessem no patamar de desenvolvimento atual. Professores como esses, com vasta experiência em diversas ferramentas metodológicas, estariam ocultos ou restritos a um número menor de pessoas e, certamente, esses profissionais teriam mais dificuldade de propagar o conhecimento. Animado com os retornos obtidos pelo *YouTube*, Elias é um produtor que busca incentivar outros profissionais a utilizarem a plataforma:

Tenho provocado muitos profissionais da educação a estarem nas redes, por exemplo, a Suelen Mondini. Sempre que estive com ela busquei incentivá-la, inclusive, estivemos juntos num evento em Blumenau. Parabenizei muito o trabalho dela! Todo mundo tem que estar no *YouTube*, aprendemos muito lá, sem contar que é uma ferramenta de trabalho muito completa. Temos boas chances de gerar uma renda financeira, então deve ser explorado. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Seja qual for o tipo de retorno, os produtores demonstram estar conscientes sobre as trocas existentes a partir do trabalho desenvolvido no *YouTube*. Isso foi perceptível através da fala da Suelen, ao relatar que ao ensinar, foi possível aprender. Esse pensamento de troca também é compartilhado pelo produtor Romualdo Costa:

Eu comecei a expor conteúdos, isso foi atraindo pessoas, elas começaram a me procurar e agendar aulas. Tem gente que usa o *YouTube* numa perspectiva

de ajudar, eu não sou diferente, mas tem um acréscimo nisso, tem a questão financeira. Eu te dou um conteúdo e em troca você faz aula particular comigo. A ideia principal é divulgar meu trabalho para atrair alunos para mim. A escola de música hoje funciona muito por conta disso. (COSTA, em entrevista, 2019)

Segundo expõe Lissa (2018), boa parte dos *youtubers* aproveitam a fama do canal para criar uma linha de produtos próprios, como camisetas, canecas, chaveiros, bonés etc. Ronaldo é um participante que está aberto para essa possibilidade comercial: “[...] por enquanto só comercializo o curso. Andei pensando em fazer umas camisetas, mas não sei se vou levar para frente essa ideia.”. Apesar de estar consciente e desfrutar das possibilidades comerciais do *YouTube*, Ronaldo indica que os interesses pedagógicos são de extrema relevância para o desenvolvimento do trabalho: “[...] algumas pessoas utilizam o *YouTube* apenas para ganhar dinheiro, mas tento usar para um propósito maior, algo mais importante para a vida das pessoas. Busco levar conhecimento e trazer alguma mudança, por menor que seja” (MARQUETTI, em entrevista, 2019).

Ainda dentro das possibilidades comerciais, Suelen relata que o *YouTube* ainda não gera uma receita interessante para ela, então, a produtora explica como utiliza o prestígio adquirido no *YouTube* para obter retorno financeiro:

O *YouTube* por si só não me dá dinheiro, para um canal ter um retorno significativo, é necessário ter muitos inscritos, na faixa de 500 mil. O que eu faço para rentabilizar o canal é o curso *on-line* e meus *e-books*. De toda forma, costumo fugir dessas estratégias de *marketing* digital. Coisa do tipo: “Oi, galera! Se inscrevam no canal...” [a voz dela se teve uma leve alteração, com um ar de empolgação, soando um pouco mais aguda do que o que estava sendo na nossa conversa]. Se tu reparar, geralmente comento sobre meu curso *on-line* apenas no final do vídeo. Só anúncio no final, mesmo sabendo que a maioria não assiste ao vídeo até o fim. Meu foco não é essa coisa mercadológica. Eu seria hipócrita se eu dissesse que não quero ganhar dinheiro com isso, porque estou investindo meu tempo, entende? Porém, os cursos viabilizam maior dedicação ao ensino a distância, viabilizam a produção de conteúdo no *YouTube*, e nas demais mídias que atuo. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Suelen Mondini ainda cita uma série de produtos que ela comercializa ou tem interesse de comercializar, fazendo uso da influência adquirida no *YouTube*:

Tenho o *Start Sax*, que é um site de divulgação onde apresento meu curso *on-line*, é um curso fechado [...]. Esse site funciona para apresentar meu trabalho e para encaminhar os interessados para a plataforma do Hotmart, onde o curso fica hospedado. Também tenho uma consultoria personalizada, faço pelo *WhatsApp*, mas não pego muitos alunos por conta do tempo. Não tenho investido muito nisso. Não é uma aula, mas eu acompanho alguns alunos dentro do meu limite de trabalho. Nessa consultoria fico muito presente, dou dicas, assisto vídeos deles entre outros. É um trabalho que me traz bastante satisfação, mas, me custa muito tempo. Não sei se vou mantê-lo por muito tempo. Num futuro breve penso em comercializar acessórios, mas ainda é

apenas uma ideia. Talvez canecas, camisas, mas, só em último caso. Prefiro comercializar acessórios como correia, boquilhas, ou seja, acessórios voltados especificamente para instrumentistas. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Romualdo também compartilha da mesma ideia de Suelen, compreendendo que a renda gerada pelo *YouTube* é algo secundário. Romualdo justifica que o importante é a interação com as pessoas e os frutos gerados a partir dessas interações:

O elogio que recebo das pessoas é fundamental, ajuda e ver se o trabalho está dando certo. Se eu não tiver isso, o canal vai acabar. O retorno financeiro não vem pela monetização, mas vem pelos novos alunos durante o processo [...]. Tenho um grupo de *WhatsApp* com meus alunos, nós nos ajudamos mutuamente [...]. Meu maior retorno é a divulgação do meu trabalho, pois aproveito para divulgar o que eu faço diariamente, tipo meus CD's, eu tenho 5. O mais recente é com hinos do cantor Cristão. Ainda tenho cursos paralelos, estou gravando um agora, bem completo, ainda não divulguei nada, mas vou usar meu canal para anunciar. Qualquer coisa que eu produzir hoje, vou utilizar a plataforma do *YouTube* para divulgar. As pessoas admiram meu trabalho, eu uso esse prestígio para divulgar o que eu faço, já vendi bastante CD pelo canal. (COSTA, em entrevista, 2019)

Concluindo esta seção, as relações de troca, seja financeira, seja de incentivo, seja de divulgação, estão presentes na fala dos entrevistados. Por outro lado, vale ressaltar que todos os produtores demonstraram estar dispostos a doar algo de si, sem necessariamente receber algo em troca. Durante as entrevistas houve vários momentos em que os produtores demonstraram gratidão e responsabilidade pela oportunidade de desenvolver o trabalho pedagógico em uma rede social como o *YouTube*. A fala da produtora Suelen Mondini representa um pouco do pensamento que os demais participantes compartilham:

A *internet* mudou minha vida profissional, ganhei mais oportunidades de contatos, ganhei visibilidade. Moro num lugar pequeno e pude conseguir muitas coisas. Eu já era a pessoa que sou, mas o trabalho com a *internet* permitiu que pessoas de vários lugares do país conhecessem meu trabalho. Fora isso, a *internet* me trouxe a oportunidade de conhecer pessoas que eu admirava. Isso é mais importante do que os desafios que enfrento todo dia, sou muito grata, nada disso seria possível sem as pessoas que me assistem. Imagine uma pessoa que mora num lugar sem acessibilidade, com professores que não podem ajudá-lo como ela precisa. O aluno fica perdido, então ele pode me assistir e receber alguma ajuda. Por vezes ele não tem o que fazer, mas ele tem acesso à informação, ele tem um computador ou um celular e, isso abre um leque de oportunidades. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Por fim, o quadro 26 é uma síntese de como cada produtor aproveita o reconhecimento obtido através do trabalho no *YouTube*:

**Quadro 26** - como os produtores aproveitam o prestígio do *YouTube*

<b>PARTICIPANTE</b>	<b>VANTAGEM OBTIDA ATRAVÉS DO <i>YOUTUBE</i></b>
<b>Elias Coutinho</b>	Ministra <i>workshops</i> em diversos lugares, incluindo universidades; toca em festivais de música instrumental dentro e fora do país; potencializa a adesão em seu site de aulas de saxofone; vende cursos de improvisação e de saxofone.
<b>Romualdo Costa</b>	Capta alunos para aulas no <i>Skype</i> , comercializa um curso técnico de saxofone por meio de uma plataforma on-line.
<b>Ronaldo Marquetti</b>	Capta alunos para sua plataforma on-line de ensino de saxofone, a <i>Escola de saxofone</i> .
<b>Suelen Mondini</b>	Vende <i>e-books</i> ; capta alunos para as plataformas on-line <i>Start Sax</i> e <i>Start Clarinete</i> ; toca em vários eventos nacionais.

Fonte: do autor, 2020

Vale lembrar que as parcerias comerciais, o sucesso na comercialização de cursos e todas as outras vantagens citadas, devem ser observadas de acordo com as devidas proporções. A pirâmide de Kuak (2018), localizada na página 41 deste documento, mostra que os entrevistados ainda estão na melhor das hipóteses, na categoria de micro influenciadores, com até 100 mil seguidores. Se por um lado essa condição ainda não permite que os professores de saxofone atinjam patamares financeiros de grandes influenciadores da web, por outro, os protegem de exposição demasiada e de polêmicas que possam surgir nesses ambientes.

#### **5.4 Desafios e potencialidades ao ensinar no *YouTube***

Como foi visto nas seções anteriores, trabalhar produzindo conteúdo no *YouTube* pode trazer diversos benefícios, entre eles, prestígio, reconhecimento, parcerias comerciais, vantagens financeiras etc. Todavia, por se tratar de um trabalho que envolve comprometimento e constante produtividade, torna-se desafiador. Ao que indica Backes (2019, p.74), o sucesso de um *youtuber* está relacionado com um trabalho persistente, com nicho bem definido, onde passa a “ser referência num determinado assunto, produzindo conteúdo a respeito e interagindo com quem acompanha seu trabalho”.

Justamente por ser um trabalho que exige constância, um dos principais desafios relatados pelos produtores é manter a regularidade das postagens, pois envolve planejamento, disponibilidade de tempo e de recursos, por vezes envolve equipe técnica entre outros.

#### 5.4.1 Desafios

Quando questionado sobre os principais desafios vivenciados pelo produtor de conteúdo no *YouTube*, Elias Coutinho expressa a seguinte dificuldade:

O principal desafio é a frequência! Cada vez mais o nosso tempo está sendo roubado por alguma atividade, seja por compromissos ou por qualquer outra coisa. A maior exigência do trabalho em rede é a frequência, então você precisa se esforçar ao máximo para manter isso. Se você não quer crescer é só não ser frequente. Posso dizer que temos que estar presente em todas as redes, não podemos falhar em nenhuma delas, esse é o maior desafio. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Para Suelen Mondini, além da constante produtividade, trabalhar no *YouTube* gera exposição e, estar sob a avaliação de milhares de pessoas pode ser um desafio:

A exposição é algo muito sério, porque as pessoas te observam e avaliam seu trabalho o tempo inteiro [...]. Outro desafio é a constância, o planejamento e a produção. Tudo isso gera pressão. Nosso tempo é corrido, mas você precisa produzir conteúdo [...]. Além disso, nós que somos músicos devemos estudar também, muitas vezes deixo de estudar para produzir conteúdo [...]. Outro desafio é o conteúdo, chega um momento que você não sabe sobre o que postar [...]. Também é desafiador gerir o próprio negócio, tudo depende de você, ninguém te cobra, mas tudo depende de você [...]. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Além da exposição e da frequência das postagens, Romualdo destaca o desafio de atender às expectativas do público:

Eu tenho receio de meu conteúdo não ser o suficiente para o expectador, é um grande desafio agradar ao público. Preciso me empenhar muito para ser claro nas exposições, escolho muito bem minhas palavras. Eu sei que a edição ajuda de vídeo é algo que ajuda na compreensão, mas eu não costumo fazer. Um dos principais desafios é tornar minha aula compreensível, mesmo não dispondo de recursos visuais que ajudam a entender uma explicação musical. É um grande desafio produzir conteúdo de qualidade. Ainda mais no *YouTube*, com um perfil de usuários tão diverso. (COSTA, em entrevista, 2019)

O produtor Ronaldo Marquetti aponta a dificuldade de conciliar os trabalhos convencionais com o trabalho do *YouTube*, principalmente quando não há uma equipe de apoio. Nesse sentido, todo o serviço de produção fica a cargo de uma só pessoa:

Tempo é o principal desafio. Você tem que achar o conteúdo, pensar em como gravar o vídeo, pensar em como você vai passar aquela informação. Então você grava, isso já demanda muito tempo, depois você edita, sendo que nesse

processo é possível gastar umas 10 horas. Um vídeo de 5 ou 10 minutos pode tomar várias horas do produtor no processo de edição. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Muitos desafios foram mencionados pelos produtores, especialmente os fatores: tempo, frequência de postagem, dificuldade de agradar ao público, dificuldade de lidar com a produção de conteúdo e as tarefas cotidianas. Quando olhamos para o processo de preparação dos vídeos postados é possível perceber a complexidade, a operacionalização e a quantidade de tempo empregado nesse empreendimento. Por trás de alguém que produz conteúdo para facilitar a vida outras pessoas, há alguém que doa várias horas do dia para fazer um usuário aprender um conteúdo em questão de minutos. Portanto, vale ressaltar a importância do tempo de produção e de como o conteúdo é moldado a partir das interações dentro e fora da plataforma.

Vale destacar que a preocupação com o tempo de preparação de aulas fora do formato presencial não foi algo visto na literatura catalogada. Nesse sentido, o olhar do pesquisador costuma ser voltado para a performance pedagógica ou para o conteúdo em si. O planejamento pedagógico por trás das câmeras, as estratégias de publicação e interação, os saberes em torno de todas essas ações foram elementos que esta pesquisa buscou elucidar.

#### **5.4.2 O ensino de instrumentos na *internet* para além do *YouTube***

Com base nos desafios apresentados pelos participantes, questionei sobre o futuro do ensino de saxofone no *YouTube* e, se eles conseguiriam continuar desenvolvendo o trabalho nesse contexto. Todos os produtores demonstraram gostar do trabalho desempenhado, além de demonstrar vontade de manter e aprimorar a produção de conteúdo não só no *YouTube*, mas na *internet* de modo geral. Elias Coutinho defende a continuidade do seu trabalho na *internet* de acordo com a percepção dele sobre as redes sociais:

Com certeza pretendo continuar trabalhando! O *YouTube* é a maior plataforma de vídeos da web, até quando a intenção é pesquisar coisas ela está sendo relevante, embora as pessoas ainda utilizem muito o Google. O *YouTube* demonstrou seriedade e capacidade de transformação ao longo dos anos, é um lugar onde todo mundo está. Por mais que o *Facebook* e o *Instagram* cresçam, o *YouTube* se mantém firme. Vou utilizar essa plataforma por muitos anos. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Romualdo compartilha da mesma opinião que Elias:

Não me vejo sem fazer o que faço. Pretendo continuar, tenho a regularidade semanal, tenho meus inscritos que já se acostumaram com o que faço. Nós nos relacionamos bem. Não tenho esse tempo ficar planejando, meus vídeos aparecem “meio que do nada”, mas meus inscritos estão adaptados a isso. Nem sempre aviso quando posto um vídeo, mas o público fiel sempre chega. (COSTA, em entrevista, 2019)

Ronaldo justifica que o trabalho desenvolvido no *YouTube* tem ligação com o trabalho desenvolvido na sua escola on-line:

Imagino que continuarei desempenhando meu trabalho no *YouTube*, porque é uma coisa que está ligado com minha escola. Preciso continuar porque é o principal canal de divulgação da escola. Se o canal parar de crescer, minha escola para de receber alunos. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Embora concorde com os demais participantes, Suelen destaca que as redes sociais digitais possuem um caráter volátil. Nesse sentido, a fala da produtora me faz lembrar do *Orkut*, rede social muito acessada que existiu entre 2004 e 2014. Ao menos em meu uso cotidiano, a ausência do *Orkut* tem sido suprida pelo *Facebook* e pelo *Instagram*. Suelen busca estar atenta a possíveis oportunidades que podem surgir:

Eu não acho que vou ficar restrita ao *YouTube*, mesmo sabendo que ele vai durar muitos anos, que é uma plataforma consolidada e que suporta vídeos longos. Mas, produzir conteúdo na *internet* é algo que pretendo continuar fazendo. Não pretendo interromper minhas aulas presenciais, os eventos nos quais eu toco. Se eu parar com isso, vai faltar experiências pessoais, eu gosto de ter contato com pessoas. Além disso, o trabalho na web é uma oportunidade de empreender, de gerir como se fosse uma empresa, posso fazer meus horários e executar meu planejamento. Tenho muitas coisas em mente, recentemente criei um método para o curso, quero transformá-lo em método físico, fiz com muita dedicação, é um trabalho que orgulho de ser meu. Você está inserido na pós-graduação, realizando uma pesquisa sob orientação, mas trabalho é seu! Essa sensação de estar produzindo, de estar criando, de estar trabalhando é muito satisfatória [...]. A *internet* trouxe a oportunidade de eu fazer algo que eu construí. Não sabemos se daqui a 5 anos vai surgir uma outra plataforma tão forte quanto o *YouTube* [...]. Não posso depender exclusivamente de uma única plataforma para produzir conteúdo. (MONDINI, em entrevista, 2019)

A partir das considerações dos participantes, fica claro que o ensino de instrumento na *internet* é algo em constante movimento, pois, mesmo que possa haver consenso na utilização do *YouTube* como principal plataforma, não é raro detectar nas falas dos entrevistados a necessidade de atualizações. Além de se preocuparem constantemente em como proporcionar uma imagem melhor, ou um áudio com menos ruídos, os produtores vislumbram outros espaços com potencial de uso.

### 5.4.3 Qualquer pessoa pode dar aula no *YouTube*: vantagens e desvantagens

Durante as entrevistas os produtores revelaram que a produção de conteúdo no *YouTube* envolve uma gama de conhecimentos, sejam técnicos ou pedagógicos, e uma gama de equipamentos. Apesar dessas exigências, Stadler (2019, p.78) aponta para uma democratização

da produção, pois: “Conforme os equipamentos de vídeo foram se tornando mais acessíveis, tanto em virtude de preço ou de manuseio, [...] qualquer pessoa com câmera poderia se tornar um potencial produtor”.

Elias Coutinho foi um dos que relatou sobre a facilidade gerada pelos novos equipamentos tecnológicos, argumentando que um *smartphone* já filma em HD, algo que só era possível através de câmeras profissionais com um alto custo de aquisição. Sendo assim, esse acesso um pouco mais facilitado à tecnologia, permite que um maior número de pessoas possa produzir conteúdo na *internet*, tornando o *YouTube* um espaço razoavelmente democrático. Como afirma Menegon (2013, p.98): “Mais do que conectividade, o *site* representa a democratização da produção de conteúdo”.

Seguindo essa lógica, quanto maior o número de pessoas com acesso à tecnologia, maior é a produção de conteúdo. Nesse sentido, questionei os produtores sobre como eles viam essa acessibilidade facilitada à produção de conteúdo, principalmente no sentido mais democrático da *internet*, onde não é necessário ter titulações acadêmicas ou um amplo reconhecimento de competência para ensinar sobre assuntos diversos.

Embora haja grande quantidade de conteúdo da *internet*, o que Lévy (2010) trata como “dilúvio de informação”, Elias vê com positividade a possibilidade de diversas pessoas poderem postar vídeos no *YouTube*:

Vejo com bons olhos. No passado isso era muito ruim, mas o *YouTube* melhorou muito quanto a isso. Antigamente era complicado diferenciar quem iria ser um *youtuber* e quem iria apenas postar esporadicamente. Todo mundo tinha direitos iguais na plataforma, então era muito competitivo, você não conseguia se destacar muito. Já hoje, posso dizer que o *YouTube* tem o interesse de manter pessoas que queiram estar na plataforma de forma séria, produzindo e postando vídeos com frequência. (COUTINHO, em entrevista, 2019)

Romualdo tem um olhar ponderado em relação à facilidade de postar conteúdo na plataforma:

É bom, mas tem que ter cuidado. Se você faz um vídeo sem conhecer direito sobre o assunto, você acaba prejudicando outras pessoas. Falo isso porque boa parte dos alunos que me procuram, já possuem experiência com outros professores. Não vou citar nomes por conta da ética, mas alguns chegam com problemas gravíssimos, resultado de um ensino equivocado. No *YouTube* cada um pode se intitular da maneira que quiser, se apresentando como professor inclusive, mesmo sem realmente ser. A produção de conteúdo deve gerar algo bom para as pessoas, no entanto, vejo conteúdos que geram vícios para o aluno. Isso me dá muito trabalho depois, pois tem aluno que chega com erros praticados há cinco anos. (COSTA, em entrevista, 2019)



O trabalho de Romualdo no *YouTube* tem servido de incentivo para outros saxofonistas e, enquanto professor, Romualdo acompanha a produção de perto, sendo coerente com a preocupação exposta na citação anterior:

Tenho um aluno que posta conteúdo no *YouTube*, o Henrique Ira. Ele não vende nada, só posta. Ele tem um número bacana de inscritos e ensina aquilo que passo para ele. Toda vez que ele posta eu vou olhar, quando não gosto, aviso para ele corrigir e gosto desse processo. Você é professor, sabe que quando a pessoa ensina, aprende muito mais do que quando só estuda. Postar vídeos para aprender é válido, mas postar de qualquer jeito eu não acho válido. Isso mexe com os sonhos das pessoas, já chegou aluno para mim com 10 anos de saxofone, estagnado como um iniciante de 6 meses. Vários professores apenas pegaram o dinheiro dele, infelizmente tem pessoas mal-intencionadas nesse meio. Tem aluno que se relaciona com dificuldade, pois não confia no professor devido a experiências anteriores. A relação demora tempo para ser construída, eu gosto de ser amigos dos meus alunos, [...] tem muito essa questão humana. (COSTA, em entrevista, 2019)

A visão de Ronaldo tem o tom ponderado, semelhante à de Romualdo. Por outro lado, tem a positividade demonstrada nas falas do Elias:

Isso é bom e democrático. Qualquer um pode fazer. A única coisa que me preocupa, inclusive falo no meu canal, é que deve haver cautela na seleção do que se vai assistir. Existe material bom e material ruim. Para um leigo, qualquer informação pode ser compreendida como boa, ele pode ver um vídeo bem produzido, com imagem e áudio bom e pensar que aquilo é verdade, mesmo não sendo. Mas, tendo as devidas precauções, acho legal essa liberdade, é uma das poucas coisas que ainda podemos usufruir quase gratuitamente. No *YouTube* podemos acessar informações excelentes em canais maravilhosos. Antigamente não tinha isso, principalmente na música. Para você assistir bons músicos era o maior sacrifício, você precisava conhecer alguém que tinha uma fita. E para assistir vídeo então? Aí que era complicado. Hoje é muito mais fácil, é só pegar o celular e acessar. Espero que continue assim, se for totalmente pago vai complicar. (MARQUETTI, em entrevista, 2019)

Suelen concorda com os demais participantes sobre a facilidade de postar no *YouTube*, além disso, a produtora levanta a questão sobre informações que são repassadas de forma equivocada e, o quanto isso pode ser prejudicial na aprendizagem:

Toda pessoa deve ter o direito de fazer o que quer. Sou contra qualquer forma de censura, gosto da liberdade de expressão. Compreendo que existem diversos tipos de conteúdos e, infelizmente há pessoas que repassam os conteúdos de forma equivocada. Falei sobre isso num vídeo chamado “toco bem, já posso dar aulas?”. É um assunto polêmico, as vezes a pessoa tem a melhor das intenções, porém ela atrapalha mais do que ajuda. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Filtrar as informações, ter a capacidade de selecionar materiais efetivos dentro do *YouTube* é algo que preocupou alguns participantes. Possivelmente é algo que preocupa os professores de forma geral, pois os alunos podem utilizar como base da aprendizagem

informações que não estão respaldadas em fatos. Sobre isso, Suelen enfatiza que uma das responsabilidades do professor na *internet* é auxiliar as pessoas nesse processo:

Se a gente investir em transmitir os conteúdos da forma certa, em algum momento, as pessoas serão capazes de fazer uma análise crítica mais eficaz. Ela pode olhar para um vídeo e falar: “nossa, esse conteúdo está meio estranho, não estou achando isso legal”. Claro que isso só se constrói no longo prazo, nosso país é muito grande. O que eu falei no início da entrevista sobre você saber as coisas só depois de muito tempo, isso é a realidade de muitas pessoas. Quando você está se afogando num mar imenso, a boia que vai te salvar não importa se é boa ou se é ruim, você usa o que tem. Nesse sentido, é aquela história, tem muita gente que fala mal dos conteúdos, mas ir lá e fazer é outra história. Mas, vale esclarecer que esse tipo de problema não é exclusivo da internet, no ensino presencial/tradicional também tem disso, temos conteúdos que não são bons. Vejo que isso é uma questão ampla, envolve nossa responsabilidade. Enquanto formadora, se eu sou professora que produz conhecimento de forma séria, aos poucos meus alunos vão criando uma consciência crítica a ponto de fazer uma análise consciente sobre o que ele vai consumir. (MONDINI, em entrevista, 2019)

Essa última fala da Suelen traz um ponto importante para este trabalho, pois, como sugere Gohn (2013, p.26), mesmo havendo uma infinidade de informações disponíveis na *internet*, ainda assim é possível que as pessoas não consigam construir conhecimento com elas, principalmente no contexto do *YouTube*, onde há vídeos dos mais variados temas. Suelen levanta a questão da seletividade do conteúdo, algo fundamental, pois “sem filtros para selecionar o que é realmente importante, há um grande risco de perder o foco no real interesse” (GOHN, 2013, p.27).

Desenvolver a criticidade parece ser a maior preocupação dos produtores, levando em consideração que, da maneira como eles aprenderam, situados em outros contextos fora da *internet*, a filtragem de informações era feita pelas instituições ou pelos professores deles. Sendo assim, apesar de não ser uma habilidade tão exercitada em épocas anteriores, as falas dos produtores apontam para uma necessidade latente de enfrentamento dos problemas gerados pelo “dilúvio de informações”. Dentro ensino de música, essa questão do excesso de informações pode ser observada sob o ponto de vista de Souza (2014), indicando que ainda é necessário que os alunos desenvolvam mais recursos críticos, de forma que haja uma seleção mais efetiva do conteúdo consumido. Nesse sentido, desde que haja mecanismos avaliativos mais precisos, para definir quais informações serão úteis, a grande quantidade de conteúdo torna-se um problema menos relevante.

Fazendo um contraponto com a visão dos participantes, o pesquisador Pierre Lévy (2010, p.252-253) afirma que, mesmo com “o caos”, com “a confusão” e com o “caráter diluviano da informação”, existe a possibilidade de um bom aproveitamento delas na rede.

Segundo Lévy (2010, p.253): “A rede é antes de tudo um instrumento de comunicação entre indivíduos, um lugar virtual no qual *as comunidades ajudam seus membros a aprender o que querem saber*”. Refletindo sobre Gonh (2013); Lévy (2010) e, de acordo com os participantes, cabe a nós, educadores da era digital, auxiliar as pessoas a lidarem com esse contexto. Além disso, todo o fluxo informacional gerado pela era digital provavelmente vai permanecer agitado durante muitos anos. Portanto, se faz necessário entendermos essa realidade e ajudar nossos educandos a conviver com ela.

Para encerrar este capítulo, acredito ser relevante retomar que no espaço on-line, a aprendizagem ocorre muitas vezes por conta da interação entre os sujeitos (SILVA, PESCE, ZUIM, 2010, p.47). No caso do *YouTube* é possível notar que, durante esse processo de comunicação, os usuários que buscam informação e os produtores aprendem. Nesse espaço pedagógico, a aprendizagem é construída tanto pelo contato com os usuários, quanto através da vivência na própria rede.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo geral investigar as características dos professores brasileiros de saxofone no contexto do *YouTube*, a partir da estruturação pedagógica e de divulgação dos seus canais. Através do estudo de caso com os quatro participantes, foi possível perceber como os produtores mais influentes do Brasil trabalham no contexto do *YouTube*. Através do diálogo com eles, foi levantada a relevância de trazer essa discussão para o ambiente acadêmico, principalmente por ser um tema atual e por ajudar a refletir sobre o potencial pedagógico da plataforma, sem que seja algo distante ou em um patamar de menor importância.

Por meio desta pesquisa também foi possível identificar os principais professores brasileiros de saxofone no *YouTube*, mesmo que o produtor mais influente não tenha participado, a contribuição que os participantes da pesquisa fornecem para o ensino de saxofone no país é visível. Através de conteúdo gratuito, Elias Coutinho, Romualdo Costa, Ronaldo Marquetti e Suelen Mondini têm feito com que o ensino de saxofone seja divulgado pelo país e auxiliando as pessoas de diferentes regiões.

Ao conhecer o perfil artístico e profissional desses professores, foi possível perceber como eles ressignificaram o modelo de ensino pelo qual foram submetidos às necessidades emergentes do *YouTube*. Além disso, é notório o quão próximo eles estão do fazer musical, seja em eventos como instrumentistas, seja enquanto componentes de bandas, seja enquanto regentes, seja em gravações e recitais. Dessa forma, o ato de ensinar está intimamente ligado à performance musical. Além das competências musicais, os produtores demonstraram estar sensíveis às especificidades desse campo pedagógico que o *YouTube* pode proporcionar, apresentando uma pedagogia construída naquele contexto, na transmissão de conteúdo e nas trocas de saberes com os usuários.

Quanto ao contexto emergente de ensino de música através do saxofone, embora não tenha sido possível delinear todas as estratégias e recursos pedagógicos utilizados nos vídeos, os quadros 22 e 24 podem indicar pistas de como o ensino de música tem ocorrido nesse contexto, por exemplo: a interação que ocorre nos comentários; as sugestões que se tornam novos vídeos; as interações síncronas por meio das *lives*; o ensino marcado pela não linearidade; o usuário podendo escolher o próprio caminho de como aprender determinado assunto entre outros.

Volto a destacar que, apesar de não ser um ensino exclusivo para uma pessoa, as opiniões dos usuários interferem diretamente no conteúdo que é produzido, há uma

flexibilidade na produção de conteúdo, a aprendizagem é construída de forma comunicativa e colaborativa. Essas características são comuns entre os participantes desta pesquisa, é uma pedagogia em movimento, que se molda aos interesses dos indivíduos que buscam o conhecimento. Desse modo, o *YouTube* neste trabalho é visto como um espaço de ensino e de aprendizagem musical. Além disso, esses processos colaborativos de aprendizagem, juntamente com as contribuições de um professor alinhado com as tendências contemporâneas, podem contribuir para o aumento da capacidade seletiva de conteúdos.

Ao enumerar procedimentos técnicos na produção dos vídeos, foi diagnosticado que apesar de estar ao alcance da maioria das pessoas, ensinar no *YouTube* de forma profissional ainda é uma tarefa que envolve a aquisição de diversos equipamentos. No entanto, a discussão levantada nesse ponto mostrou que o conhecimento em torno da produção é mais importante do que os equipamentos em si. Desta forma, desde que o produtor saiba como as coisas devem acontecer, desde que ele saiba iluminar um ambiente para melhorar a imagem, captar o áudio com baixo índice de ruído, os materiais para desempenhar essas tarefas passam a ser apenas uma questão de escolha.

Pontuar as estratégias de engajamento com o público e a forma como os produtores utilizam cada rede social, demonstrou o quanto é necessário conhecer sobre as mídias para poder ser assistido. Nesse sentido, se faz necessário dominar os recursos de cada rede, entender como os usuários se comportam nela e, saber como se comunicar em cada uma delas. Sendo assim, questiono se o papel de professor nesse contexto já engloba automaticamente um papel de produtor, pois a partir dos dados da pesquisa, parece que o “ser professor” significa dominar tudo isso.

Acredito que umas das principais reflexões que esta pesquisa pode trazer é em relação ao papel do professor na era digital, não necessariamente restrito ao contexto da internet, pois, as entrevistas dos participantes revelaram o quanto trabalhar no *YouTube* transformou o fazer pedagógico deles. Novamente quero destacar a autoavaliação constante, a preocupação em oferecer uma imagem cada vez melhor, um som com cada vez menos ruído, recursos audiovisuais cada vez mais didáticos. São professores em movimentos, em um ambiente que muda com frequência. Ao ler Lévy (2010) é possível perceber que na era digital, além da informação circular de forma mais veloz, ela deixa de ser útil num período cada vez menor de tempo. No entanto, vale ressaltar que no ensino de saxofone, muitos ensinamentos são úteis por décadas. De toda forma, a postura identificada nos participantes da pesquisa é algo interessante de ser encorajado e de ser assumido por docentes no século XXI. Além disso, devemos trabalhar

para que nossos estudantes sejam capazes de construir novos caminhos de aprendizagem. É assim que observo a pedagogia musical na era digital.

No que se refere à atuação docente, o *YouTube* se mostrou como um possível espaço profissional para o professor de música. Seja através da monetização do site, seja através de patrocínios, seja através de apoios, *endorsements* ou ações de marketing, o trabalho na rede social tem trazido para os participantes uma diversidade de benefícios financeiros. Além de ser uma alternativa viável no contexto delicado que estamos vivendo, causado pela pandemia do COVID-19, onde vários profissionais perderam seus cargos nos ambientes de trabalho. O *YouTube* pode ser um espaço que auxilia quem precisa de conteúdo e quem tem conteúdo para oferecer.

Considerando que o *YouTube* é uma plataforma que se influencia pelos seus usuários, a literatura apresentada mostra como o site surge enquanto possibilidade pedagógica, na condição de um recurso dentre muitos disponíveis. Mas, com o passar do tempo, o *YouTube* vai ganhando autonomia e conquistando adeptos, ao ponto de ser visto como um espaço pedagógico independente.

Diante desses resultados, acredito que esta pesquisa possa contribuir para um olhar mais profundo para o *YouTube*, não apenas tomando-o como um banco de dados ou como um espaço de entretenimento. Acredito também que as relações sociais nesses ambientes podem nos trazer aprendizados pedagógicos os quais ainda não percebemos, mas, que são importantes e úteis no contexto da era digital. Além disso, essa organização de dados pode contribuir para futuras pesquisas sobre práticas pedagógicas musicais na plataforma, talvez auxiliando a delinear novos perfis educacionais, ou contribuir para novas formas de conceber uma educação fora dos contextos institucionais. Além dessas possibilidades, é possível investigar sobre a pedagogia que ocorre através de plataformas de ensino de instrumentos próprias. Os participantes desta pesquisa possuem sites pagos, exclusivos para o ensino de instrumentos musicais, com característica linear. Nesse sentido, o *YouTube* serve como um meio para eles conseguirem novos alunos e, por enquanto não há como saber como o ensino de instrumentos ocorre nesses ambientes. Portanto, esses espaços também podem contribuir para compreendermos como ocorre o ensino de instrumentos musicais na era digital.

De toda forma, independente de como esse trabalho vai ser discutido no meio acadêmico, esta pesquisa me rendeu aprendizados que vou levar para o resto da vida. Lidar com os aspectos operacionais da pesquisa, como os descritos na metodologia, foi de grande importância para minha formação, todavia, o contato com os participantes me causou inúmeras inquietações. A capacidade de analisar experiências pedagógicas foi aprimorada, mais do que

isso, aumentou o rigor ao avaliar minha própria atuação, seja como músico ou como professor. Certamente, tenho imensa gratidão com todos os profissionais do PPGM da UFPB e com os produtores que pesquisei.

Pelo que cataloguei, na Educação Musical há lacunas em relação a esses processos pedagógicos emergentes, o que vejo com naturalidade. Fora essas lacunas, olha-se muito para o produto finalizado, que são as aulas em si, mas não se olha para a preparação desses produtos, para o planejamento, para os valores pedagógicos que contribuíram para o desenvolvimento dessas práticas. Desta feita, acredito que esta pesquisa pode servir para ampliar o olhar à essas práticas pedagógicas, entendendo-as como algo que faz parte do cotidiano e, que não vão substituir o ensino tradicional, mas se constituem em alternativas viáveis nos dias atuais. Futuramente, acredito que possam surgir contribuições através de estudos mais profundos sobre outros produtores, com um tempo maior de acompanhamento. Acredito também que pode ser estudado a perspectiva de quem consome vídeos pedagógicos, compreender como eles selecionam os conteúdos, como eles escolhem os professores em quem vão confiar, quais estratégias utilizadas para filtrar os conteúdos, como eles usam a possibilidade de interagir com os produtores e com outros usuários em seu favor. Inclusive, nesta pesquisa não abordei sobre o Ivan Meyer, pioneiro de ensino de saxofone no *YouTube* do Brasil. Certamente um estudo sobre o trabalho dele ajudaria a compreender um pouco mais sobre o ensino de saxofone no site.

Pesquisar sobre o *YouTube* foi uma tarefa bastante desafiadora, principalmente pelo fato da literatura estar em processo de desenvolvimento, fazendo com que muitas informações que são consideradas comuns dentro do site, ainda não se encontrem organizadas e sistematizadas em artigos, teses e dissertações. O desafio tornou-se ainda maior por conta da delimitação, de pesquisar sobre professores de música atuando no *YouTube*, um objeto ainda pouco explorado pela área de Educação Musical, até mesmo em âmbito internacional. Com tudo o que foi apresentado, espero que esta pesquisa possa ampliar o conhecimento acerca do cenário brasileiro de ensino de saxofone no *YouTube*, do ensino de música nesse contexto das redes sociais digitais, além de contribuir de forma subjacente para discutirmos a nossa formação enquanto profissionais responsáveis pelo ensino de música.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fábio Chang de. O historiador e as fontes digitais: uma visão acerca da internet como fonte primária para pesquisas históricas. **Revista AEDOS**, v. 3, n. 8. jun. 2011, 22p. Disponível em: <seer.ufrgs.br/aedos/article/download/16776/11939> Acesso em: 18 abr. 2018
- ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de. **Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacional**. Brasília: Liber Livro, 2005
- ARALDI, Juciane. Transformações tecnológicas e desafios na formação atuação de professores de música. **Hipertextus Revista Digital**, v. 11, p.1-22, 2013.
- ARROYO, Margarete; BECHARA, Silvia Regina Câmara Corrêa; PAARMAN, Heraldo. Educação musical, jovens e pesquisa na internet: compartilhando procedimentos metodológicos. **Opus**, v. 23, n. 3, p.67-90, dez. 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.20504/opus2017c2304>>. Acesso em 20 dez 2019
- BACKES, Suelen. **Produção e consumo de vídeos on-line**. Análise de práticas e técnicas para o desenvolvimento de influenciadores digitais profissionais a partir do *YouTube*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019
- BAKER, Bill. Fully Online Learning in a Preservice Teacher Music Education Unit in Austrália: Student Perspectives. In: 30<sup>th</sup> ISME World Conference on Music Education. Tessalônica – Macedônia, 2012. **Anais...** Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/311430161\\_Fully\\_online\\_learning\\_in\\_a\\_preservice\\_teacher\\_music\\_education\\_unit\\_in\\_Australia\\_Student\\_perspectives](https://www.researchgate.net/publication/311430161_Fully_online_learning_in_a_preservice_teacher_music_education_unit_in_Australia_Student_perspectives)>. Acesso em: 14 jan. 2020.
- BARROS, Rejane Bezerra. **Formação e Docência de Professores Bacharéis na Educação Profissional e Tecnológica do IFRN**: uma interface dialógica emancipatória. Tese (Doutorado em Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016.
- BATISTA, Lucineia de Fátima Sena. **Jovens Youtubers**: processos de autoria e aprendizagens contemporâneas. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014
- BAUER, Martin W.; GASKELL George. **Pesquisa qualitativa com texto**: imagem e som: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. - 7.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008
- BELTRAME, Juciane Araldi. Transformações tecnológicas e mudanças na aprendizagem musical: um estudo sobre redes sociais na aprendizagem online. In: SIMPOSIO BRASILEIRO DE PÓS-GRADUANDOS EM MÚSICA (SIMPOM). Rio de Janeiro – RJ, 2014. **Anais...** Disponível em: <<http://www.seer.unirio.br/index.php/simpom/article/view/4570/4092>> Acesso em: 14 abr. 2018.
- BELTRAME, Juciane Araldi. **Educação musical emergente na cultura digital e participativa**: uma análise das práticas de produtores musicais. Tese (Doutorado em Música). Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016



BELTRAME, Juciane Araldi. Práticas e aprendizagens de produtores musicais: aspectos de uma educação musical emergente na cultura digital e participativa. In: **Revista da ABEM**, v. 16. N. 41, p.40-55, 2018.

BENTES, Mário. **Pesquisa:** Aplicativos de mensagens reduzem o uso de SMS no Brasil, 2014. Disponível em: < <https://jornalgggn.com.br/na-rede/pesquisa-aplicativos-de-mensagens-reduzem-uso-de-sms-no-brasil/>> Acesso em: abr. 2018.

BIBLIOTECA DIGITAL BRASILEIRA DE TESES E DISSERTAÇÕES. **Busca:** *YouTube*. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/vufind/Search/Results?lookfor=YouTube&type=AllFields>>. Acesso em 23 out. 2019

BURGESS, Jean. **YouTube e a Revolução Digital:** como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade / Textos de Henry Jenkins e John Hartley; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009 (1ª Reimpressão – 2012)

CATÁLOGO DE TESES E DISSERTAÇÕES. **Painel de informações quantitativas sobre o descritor YouTube (teses e dissertações).** Disponível em: <<https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>>. Acesso em: 23 out. 2019

CHAVES, Henrique Lage. **De comentários alheios à palavra-outra:** uma compreensão ativa na direção dos sentidos para os usos de videoaula de geografia na plataforma *YouTube*. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019.

CORRÊA, Maurício de Vargas. **Interações no YouTube e capital social:** um estudo em um canal de divulgação científica sobre psicologia. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Porto Alegre, 2018

CERNEV, Francini Kemmer. Educação musical na era digital: experiências coletivas e os desafios para o uso das tecnologias digitais nas aulas de música. In: **Música em Contexto**, Brasília, n. 1, p.9-26, 2016.

CERNEV, Francini Kemmer. Ensino, Aprendizagem e Formação: o uso das mídias sociais pelos licenciandos em música. In: XI CONFERÊNCIA REGIONAL LATINO-AMERICANA DA ISME. **Anais...** Disponível em: <<http://abemeducacaomusical.com.br/conferencias/index.php/isme/2017/paper/viewFile/2475/1129>> Acesso em: 14 abr. 2018.

COSTA, Romualdo Ananias. **Romualdo Ananias Oliveira da Costa:** entrevista [16/08/2019]. Entrevistador: Roger Cristiano Lourenço da Silva. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2020. 2 Arquivos mp3 (1:30h). Entrevista concedida para a pesquisa sobre atuação do professor de saxofone no *YouTube*.

COSTA, Romualdo Ananias. **Canal do Romualdo Costa:** descrição, 2009. Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/romualdosaxofonista2/about>>. Acesso em: set. 2019.

COSTA, Romualdo Ananias. 1 vídeo (20:19 minutos). Superagudos no sax alto e sax tenor – Romualdo Costa. **Publicado pelo canal Romualdo Costa Saxofonista**, 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QbryYTYVmso>>. Acesso em: set. 2019.

COTA, Denis Martino. O uso das tecnologias instrumentais na educação musical: revisão bibliográfica. In: XXII CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MUSICAL. **Anais...** disponível em: <<http://abemeducacaomusical.com.br/conferencias/index.php/xxiicongresso/xxiicongresso/paper/viewFile/1029/626>> Acesso em: 14 abr. 2018.

COUTINHO, Elias. **Elias Coutinho**: entrevistas [06/11/2019; 20/11/2019]. Entrevistador: Roger Cristiano Lourenço da Silva. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2020. 2 Arquivos mp3 (2:30h). Entrevista concedida para a pesquisa sobre atuação do professor de saxofone no *YouTube*.

COUTINHO, Elias. **Canal do Elias Coutinho**: descrição, 2006. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/saxeli/about>>. Acesso em: dez. 2019.

COUTINHO, Elias. 1 vídeo (5:48 minutos). Por que não alinhar todel e campana?! Trecho de Live| Elias Coutinho. **Publicado pelo canal Elias Coutinho**, 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TtLwem8SB1E>>. Acesso em: set. 2019.

DUARTE, Alex; MARINS, Paulo Roberto Affonso. Um estudo sobre a utilização de aplicativos para tablets e smartphones no ensino da música. In: XXII CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MUSICAL. **Anais...** Disponível em: <<http://abemeducacaomusical.com.br/conferencias/index.php/xxiicongresso/xxiicongresso/paper/viewFile/1458/485>> Acesso em: 14 abr. 2018.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016

FERREIRA, Tenisziara de Moura. **Estratégias de estudos divulgadas no YouTube**: uma análise sobre a ótica das teorias de aprendizagem aplicadas ao Ensino Superior. Dissertação (Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica) – Universidade Federal do triângulo Mineiro, Uberaba, 2018

FOLHA DE SÃO PAULO. **Quase 50% dos professores não têm formação na matéria que ensinam**, 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2017/01/1852259-quase-50-dos-professores-nao-tem-formacao-na-materia-que-ensinam.shtml>> Acesso em: jan. 2020.

GERHADT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 121p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008

GILLESPIE, Tarleton. The Politics of “Plataforms”. **New Media e Society** 12, n. 3, p.1-19, 2010.

GOHN, Daniel. Um breve olhar sobre a música nas comunidades virtuais. **Revista da ABEM**, Porto Alegre, v. 19, p.113-119, 2008.

GOHN, Daniel. Tendências na educação a distância: os softwares on-line de música. **Opus**, Goiânia, v. 16, n. 1, p.113-116, 2010.

GOHN, Daniel. A internet em desenvolvimento: vivências digitais e interações síncronas no ensino a distância de instrumentos musicais. In: **Revista da ABEM**, Londrina, v. 21, n. 30, p.25-34, 2013.

JUHASZ, A. (2008). Why not (to) teach on *YouTube*. In G. Lovink & S. Niederer (Eds.), **Video vortex reader: Responses to YouTube** (p.133-140). Institute of Network Cultures: Amsterdam.

KAMERS, Noelito José. **O YouTube como ferramenta pedagógica no ensino de física**. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade do estado de Santa Catarina, Santa Catarina, 2013.

KUAK. **Infográfico: quem são os influenciadores digitais**, 2018. Disponível em: <<http://serie.kuak.com/download-infografico>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

LÉON, Rosalía Trejo; SOUZA, Jusamara. Questionário online e entrevista a distância como recursos de pesquisa junto a egressos de pós-graduação em educação musical. In: XVII Encontro Regional Sul da ABEM Diversidade humana, responsabilidade social e currículos: interações na educação musical. Curitiba – PR, 2016 **Anais...** disponível em: <<http://abemeducacaomusical.com.br/conferencias/index.php/xviiregusul/regs2016/paper/viewFile/1946/802>>. Acesso em: 22 jan. 2020

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010, 3ª Edição (3ª Reimpressão – 2018).

LISSA, Nathassia Gabriella. **Celebridade virtual na divulgação de produtos** um estudo de caso sobre a credibilidade do canal Petiscos TV de Julia Petit. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2015.

LOURENÇO DA SILVA, Roger Cristiano. *YouTube*: um estudo sobre as aprendizagens imbricadas na produção e distribuição dos tutoriais de saxofone. In: XXIX Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música. Pelotas –RS, 2019 **Anais...** disponível em: <<http://www.anppom.com.br/congressos/index.php/29anppom/29CongrAnppom/paper/viewFile/5719/2099>>. Acesso em 22 jan. 2020

MALHEIROS, Ricardo. **Videoprocesso: Uma Técnica Inclusiva para a produção de Vídeos Educacionais em Ambientes de Ensino e Aprendizagem**. Dissertação (Mestrado em Diversidade e Inclusão). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015.

MARAFON, Renato. **Netflix e o fim das Videolocadoras**, 2015. Disponível em: <<http://cinepop.com.br/netflix-e-o-fim-das-videolocadoras-80608>> Acesso em: 16 abr. 2018

MARQUES, Gutenberg de Lima; BARRETO, Anderson Gomes Paes. *YouTubers* brasileiros: alta exposição à monetização em lojas virtuais. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru – PE, 2016. **Anais...** Caruaru, 2016 p.1-15. Disponível em: <[http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/lista\\_area\\_DT05.htm](http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/lista_area_DT05.htm)>. Acesso em: 10 nov. 2018

MARQUES JUNIOR, Edgar Gomes. **Ensino de Violão através da internet**: análise de dois vídeos instrucionais em um canal do *YouTube*. Tese (Doutorado em Música) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017

MARQUES, Gutenberg de Lima; BELTRAME, Juciane Araldi. Cultura digital/participativa e aprendizagens na prática de produção solo (autoprodução) de um canal do *youtube*: descrições e percepções iniciais. In: XXIX Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música. Pelotas–RS, 2019 **Anais...** disponível em: <<https://anppom.com.br/congressos/index.php/29anppom/29CongrAnppom/paper/viewFile/5725/2100>>. Acesso em 22 jan. 2020

MARQUETTI, Ronaldo. **Rolado Marquetti**: entrevista [09/08/2019]. Entrevistador: Roger Cristiano Lourenço da Silva. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2020. 2 Arquivos mp3 (1:06h). Entrevista concedida para a pesquisa sobre atuação do professor de saxofone no *YouTube*.

MARQUETTI, Ronaldo. **Canal do Ronaldo Marquetti**: descrição, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/channel/UC-Gx9VzbEKqHtgoMUW8wyHQ/about>>. Acesso em dez. 2019.

MARQUETTI, Ronaldo. 1 vídeo (9:18 minutos). Problema nas notas graves – Ajuste da chave do Sol #. **Publicado pelo canal Escola de Saxofone**, 2016. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=NoWsOcVTNZs>>. Acesso em: set. 2019.

MAZER, Dulce; CORUJA, Paula. Consumo Musical: *YouTube* e Facebook como plataformas de convergência para a juventude. In: XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro - RJ, 2015 **Anais...** disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0661-1.pdf>>. Acesso em 15 jun. 2018

MENEGON, Érika Nogueira. **Imagens e narrativas midiáticas**: análise dos vídeos do *YouTube*. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Filosofia e Ciências, Marília, 2013

MENDES, Giann; BRAGA, Paulo. Estrutura de programa e recursos tecnológicos num curso de violão a distância. In: XII CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA (ANPPOM). São Paulo SP, 2007 **Anais...** Disponível em: <[http://antigo.anppom.com.br/anais/anaiscongresso\\_anppom\\_2007/educacao\\_musical/edmus\\_GMendes\\_PBraga.pdf](http://antigo.anppom.com.br/anais/anaiscongresso_anppom_2007/educacao_musical/edmus_GMendes_PBraga.pdf)> Acesso em: 14 abr. 2018

MENDES, Conrado Moreira. A Pesquisa On-line: Possibilidades da Pesquisa Qualitativa no Ambiente Virtual. **HiperTextus**, n.2, 2009

MONDINI, Suelen. **Suelen Jaqueline Hostert Mondini**: entrevistas [16/08/2019; 23/08/2019]. Entrevistador: Roger Cristiano Lourenço da Silva. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2020. 2 Arquivos mp3 (2:30h). Entrevista concedida para a pesquisa sobre atuação do professor de saxofone no *YouTube*.

MONDINI, Suelen. **Canal da Suelen Mondini**: descrição, 2009. Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/suelenjaqueline/about>>. Acesso em: set: 2019.

MONDINI, Suelen. 1 vídeo (8:44 minutos). Digitação Básica no CLARINETE: aprendendo as NOTAS NATURAIS/AULA DE CLARINETE. **Publicado pelo canal Suelen Mondini**, 2016. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=FCEfMvMD7CE>>. Acesso em dez: 2019.

MONTEIRO, Célio Jonas. **YouTube**: construção cultural e conhecimento musical no Instituto Federal de Ciência, Tecnologia e Educação de Mato Grosso campus Cáceres. Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea) – Programa de Pós- Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea. Universidade do Federal do Mato Grosso, Cuiabá: 2011.

MOSCHETTA, Pedro Henrique; VIEIRA, Jorge. Música na era do *streaming*: curadoria e descoberta musical no *Spotify*. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 20, v. 49, p.258-292, 2018.

MOTA, Gercivalda Mendonça da. **Possibilidade do uso do site de rede social YouTube na Educação Básica em Itabaiana – SE**. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018.

MOYSÉS, Gerson Luís Russo; MOORI, Roberto Giro. Coleta de dados para a pesquisa acadêmica: um estudo sobre a elaboração, a validação e a aplicação eletrônica de questionário. In: XXVII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DA PRODUÇÃO. A energia que move a produção: um diálogo sobre integração, projeto e sustentabilidade. Foz do Iguaçu – PR, 2007 **Anais...** Disponível em: <[abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007\\_TR660483\\_9457.pdf](http://abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2007_TR660483_9457.pdf)> Acesso em: 19 abr. 2018

NOGUEIRA, Roberto. **Elaboração e análise de questionários**: uma revisão da literatura básica e aplicação dos conceitos a um caso real. Rio de Janeiro: UFRJ/COPPEAD, 2002.

NUNES, Helena de Souza. **EAD na formação de professores de música**: fundamentos e prospecções. Tubarão: Copiart, 2012, v. 1.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Catalão: UFCG, 2011. 72 p.

PAZ, Mônica de Sá Dantas. **A web 2.0, produção colaborativa e commons**: estudo de caso do *YouTube*. Dissertação (Mestrado em Educação e Cultura), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

PINHEIRO, Daiane. **YouTube como pedagogia cultural**: espaço de produção, circulação e consumo de cultura surda. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

QUEIROZ, Luís Ricardo Silva. Escola, Cultura, Sociedade e diversidade e educação musical: diálogos da contemporaneidade. **InterMeio**: revista do Programa de Pós-Graduação em Educação, Campo Grande – MS, v. 19, n. 37, 2013a p.95-124

QUEIROZ, Luís Ricardo Silva. Ética na pesquisa em música: definições e implicações na contemporaneidade. **Per musi [online]**. n. 27, 2013b, p.7-18. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S151775992013000100002&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S151775992013000100002&script=sci_abstract&tlng=pt)>. Acesso em: 02 jun. 2019

QUEIROZ, Luís Ricardo Silva. Educação musical é cultura: nuances para interpretar e (re)pensar a práxis educativo-musical no século XXI. **Debates | UNIRIO**, n. 18, p.163-19, 2017

REQUIÃO, Luciana. Educação musical a distância: uma alternativa na formação inicial de professores não especialistas na área da música In: XXII CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MUSICAL. Natal - RN, 2015 **Anais...** Disponível em:

<<http://abemeducacaomusical.com.br/conferencias/index.php/xxiicongresso/xxiicongresso/paper/viewFile/1191/486>> Acesso em: 14 abr. 2018

RODRIGUES, Henderson J. MusiTec: tutorial multimídia no ensino de música contemporânea. In: XVI Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música (ANPPOM). Brasília - DF, 2006. **Anais...** disponível em:

<[https://antigo.anppom.com.br/anais/anaiscongresso\\_anppom\\_2006/CDROM/COM/01\\_Com\\_EdMus/sessao01/01COM\\_EdMus\\_0105-136.pdf](https://antigo.anppom.com.br/anais/anaiscongresso_anppom_2006/CDROM/COM/01_Com_EdMus/sessao01/01COM_EdMus_0105-136.pdf)>. Acesso em: 20 jan. 2020

RODRIGUES, Fernando Macedo. **As “práticas informais” e o “aprendizado não-formal” na oficina de música do projeto PIBID/ESMU/UEMG**. Tese (Doutorado em Música) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

ROSA, Renato de Oliveira; CASAGRANDA, Yasmin Gomes; SPINELLI, Fernando Elias. A importância do marketing digital utilizando a influência do comportamento do consumidor. **REVISTA DE TECNOLOGIA APLICADA (RTA)**, v. 6, n.2, ago. 2017, p.28-39. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21714/2237-3713rta2017v6n1p28>> Acesso em: 16 abr. 2018.

SALGADO, Tiago Barcelos Pereira. Públicos Algoritmos: relevância e recomendação no *YouTube*. In: IX Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação de Minas Gerais. Mariana – MG, 2016 **Anais...** Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/320930614\\_PUBLICOS\\_ALGORITMICOS\\_relevancia\\_e\\_recomendacao\\_no\\_YouTube](https://www.researchgate.net/publication/320930614_PUBLICOS_ALGORITMICOS_relevancia_e_recomendacao_no_YouTube)>. Acesso em: set. 2018

SANTOS, Ciro Naum Rockert dos. **A Arte de Ensinar Arte**. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Artes), Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

SANTOS, Gabriella Santana. **Das salas aos chats: Facebook e outras redes de relacionamento numa perspectiva educomunicacional**. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagem), Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2014.

SANTOS, Liliane Bentes dos; SALGADO, André Wilson Archer Pinto; ARRUDA, Everton Moura; LIRA, Wallace. Análise da credibilidade dos Influenciadores Digitais do sítio *youtube.com*: proposta de modelo de comunicação entre os IFs e os estudantes (médio e fundamental). In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVIII 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Joinville - SC, 2018. **Anais...** Joinville, 2018 p.1-13. Disponível em: <[www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-0534-2.pdf](http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-0534-2.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2018

SANTOS, Alexandre Henrique dos; MENDES, Adriana. As tecnologias digitais e a formação do educador musical. In: XXIV Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música. São Paulo – SP, 2014. **Anais...** Disponível em: <<https://www.anppom.com.br/congressos/index.php/24anppom/SaoPaulo2014/paper/view/3112>>. Acesso em: out. 2019.

SANTOS JÚNIOR, Josué Berto dos; FIGUEIRÔA, Arthur de Souza. Instrumento de sopro na modalidade a distância. In: XXII CONGRESSO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MUSICAL. Natal – RN, 2015 **Anais...** Disponível em: <<http://abemeducacaomusical.com.br/conferencias/index.php/xxiicongresso/xxiicongresso/paper/viewFile/1275/487>> Acesso em: abr. 2018

SCOTTI, Adelson; RIBEIRO, Sônia Tereza da Silva. Saberes Musicais no Espaço Virtual: Perspectivas teórico-metodológicas para compreender e investigar o fórum Violão.org. In: XIX Congresso da ANPPOM. Curitiba – PR, 2009 **Anais...** Disponível em: <[https://www.anppom.org.br/anais/anaiscongresso\\_anppom\\_2009/XIII\\_Educacao\\_musical.pdf](https://www.anppom.org.br/anais/anaiscongresso_anppom_2009/XIII_Educacao_musical.pdf)>. Acesso em: dez. 2019

SEBRAE. **Estudo de Inteligência de Mercado Música**. Brasília: SEBRAE, 2015. 163 p.

SELLTIZ, Claire et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.

SERRANO, Paulo Henrique Souto Maior. PAIVA, Cláudio Cardoso. Critérios da Categorização Para Vídeos do *YouTube*. In: X CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE. SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM). São Luís – MA, 2008 **Anais...** Disponível em: <[www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/expocom/EX12-0481-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/expocom/EX12-0481-1.pdf)> Acesso em: 19 abr. 2018

SILVA, Gislene Victoria. **Tecnologias Midiáticas como Estratégia de Apoio ao Ensino da Música na Educação Básica**. Dissertação (Mestrado em Mídia e Tecnologia), Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2017.

SILVA, Marco Polo Oliveira da. **YouTube, juventude e escola em conexão: a produção da aprendizagem ciborgue**. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

SILVA, Marcelo José da; PEREIRA, Marcus Vinicius; ARROIO, Agnaldo. O papel do *YouTube* no ensino de ciências para estudantes do Ensino Médio. **Revista de Educação, Ciências e Matemática**, v. 7, n. 2, 2017.

SILVA, Marco; PESCE, Lucia; ZUIM Antônio. **Educação online**: cenário, formação e questões didático-metodológicos. Rio de Janeiro: Walk Ed, 2010.

SOUZA, Michel da Conceição de. **Modelo de negócio inovador com foco na produção de conteúdo**: estudo de caso de um canal no *YouTube*. Dissertação (Mestrado Profissional em Inovação Tecnológica e Propriedade Intelectual) – Universidade Federal de Minas Gerais, Instituto de Ciências Biológicas, Belo Horizonte, 2017

STADLER, Pâmella de Carvalho. ***YouTube* como ferramenta de educação não formal**: boas práticas para a produção de vídeos educativos com base nos aspectos das linguagens de *youtubers*. Dissertação (Mestrado Profissional em Educação e Novas Tecnologias) – Centro Universitário Internacional UNINTER, Curitiba, 2019

STAKE, R. (1995). **The art of case study research** (p.49-68). Thousand Oaks, CA: Sage

TOLENTINO, Chanelle L. Dissertação (Doutorado em Filosofia no Desing de Aprendizagem e Tecnologia), University of Hawai, Manoa, 2016.

TOZONI-REIS, Marília Freitas de Campos. **Metodologia da Pesquisa**. 2. ed., Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009. 136 p.

WALDRON, Janice. Conceptual frameworks, theoretical models and the role of *Youtube*: Investigating informal music learning and teaching in online music community. **Jornal of Music, Technology and Education**, v. 4, n. 2 e 3, p.189-200, 2011.

WESTERMANN, Bruno. Sobre o ensino de instrumentos musicais a distância e a autonomia do aluno. In: I SIMPOSIO BRASILEIRO DE PÓS-GRADUANDOS EM MÚSICA (SIMPOM) **Anais...** Disponível em: <<http://www4.unirio.br/simpom/textos/SIMPOM-Anais-2010-BrunoWestermann.pdf>> Acesso em: 14 abr. 2018.

WINTER, Daiane. **O Uso de Vídeo Como Instrumento de Motivação na Aula de Língua Estrangeira**. Dissertação (Mestrado em Letras), Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2013.

WHITAKER, Jennifer A; ORMAN, Evelyn K; YARBROUGH, Cornelia. Characteristics of “Music Education” Videos Posted on *YouTube*. **National Association of for Music Education**, v. 33, p.49-56, 2014.

WHITAKER, Jennifer A; ORMAN, Evelyn K; YARBROUGH, Cornelia. The Effect of Selected Parameters on Perceptions of a Music Education Video Posted on *YouTube*. In: 26<sup>th</sup> International Seminar of the ISME Comissiono n Research, London, 2016. **Anais...**

**YOUTUBE. *YouTube* em números**. Disponível em:<<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>> Acesso em: 19 abr. 2018.



ZAGO, Nadir; CARVALHO, Marília Pinto de; VILELA, Rita Amélia Teixeira. **Itinerários de pesquisa**: perspectivas qualitativas em sociologia da educação. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

## APÊNDICE A – ENTREVISTA-PILOTO

### ROTEIRO DE ENTREVISTA-PILOTO

#### 1. Dados de identificação

Nome:

Nome artístico:

Idade:

Escolaridade:

Cidade:

#### 2. Perfil profissional e artístico

Como você estudou música ao longo de sua vida?

Em que você trabalha atualmente?

Me conte como foi a ideia de criar o seu canal do *YouTube*.

Em que medida o seu canal se relaciona com sua vida profissional?

#### 3. Prática pedagógica

Como você aprendeu a tocar saxofone?

A sua forma de ensinar é semelhante à forma como você aprendeu?

De que maneira a sua formação profissional contribuiu para sua prática pedagógica no *YouTube*?

Como você organiza metodologicamente a sua aula? Usa um plano de aula tradicional, roteiro, existe algum limite de tempo?

Como você seleciona o conteúdo dos vídeos?

Quais são os assuntos mais pedidos pelos inscritos?

#### 4. Relacionamento com os inscritos e com o *YouTube*

Hoje o seu canal tem um grande número de inscritos, como você acredita que conseguiu esses adeptos?

Como criar um conteúdo que tenha o potencial de alcançar essa quantidade de pessoas?

Você conseguiu monetizar os vídeos do canal? Como tem sido esse processo?

Você possui algum patrocínio de acessórios ou instrumentos musicais?

Que tipo de retorno os seus seguidores podem lhe fornecer?

Você comercializa algum livro, curso ou qualquer outro produto?

Qual a sua opinião sobre a possibilidade de qualquer pessoa poder gravar e publicar vídeos no *YouTube*?

O que você espera para o futuro? Você se imagina produzindo conteúdo na plataforma daqui há alguns anos?

### **5. Procedimentos e conhecimentos técnicos**

O que é necessário saber para produzir tutoriais de saxofone no *YouTube*?

Quais equipamentos e softwares utilizar?

Qual o formato de vídeo mais agrada seus inscritos?

Qual a diferença entre ensinar um conteúdo presencialmente e ensiná-lo através de um vídeo no *YouTube*?

Como você interage com as pessoas que seguem o seu canal? Como saber se elas estão gostando dos vídeos que você publica?

Quais meios externos ao *YouTube* você utiliza para ganhar mais inscritos? Utiliza alguma rede social como suporte?

Perguntar sobre os desafios

Cursos e ebooks, o que mais?

## APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS PARTICIPANTES

### ENTREVISTA COM OS PARTICIPANTES

- 1- Nome, idade, formação, onde mora...
- 2- Como você estudou música ao longo da sua vida?
- 3- Como você se define enquanto profissional hoje? O que você faz? No que o Elias Coutinho trabalha hoje?
- 4- Me fale sobre a ideia de criar o seu canal no *YouTube*. Vi que você tem um site, mas são coisas diferentes.
- 5- Como o *YouTube* se relaciona com sua vida profissional? Você usa ele de alguma forma para lhe favorecer em sua profissão?
- 6- Vamos afunilar um pouco mais a pergunta sobre seu início de estudos musicais. Como você aprendeu a tocar saxofone?
- 7- Hoje a forma como você ensina seus alunos se parece com a que você aprendeu a tocar sax?
- 8- Como sua formação profissional contribuiu para consolidar a maneira de como você ensina no *YouTube*?
- 9- Como você organiza o material que você posta? Pensa num limite de tempo? Há alguma regra pessoal? Deixa programado?
- 10- Professor, o senhor usa roteiro ou liga a câmera e vai?
- 11- Como você seleciona os temas dos seus vídeos?

- 12- Teve algum vídeo que lhe ajudou a consolidar um formato específico? Agradou tanto os inscritos que você pensou: “é esse o formato que tenho que seguir”.
- 13- Qual os temas que seus inscritos mais pedem?
- 14- E como você acredita que conseguiu essa quantidade de inscritos?
- 15- Como você faz para criar um conteúdo com essa altíssima taxa de aceitação?
- 16- Me fala sobre a monetização do seu canal
- 17- Fora os seus cursos, suas aulas, seu site... você comercializa outra coisa?
- 18- Qual a sua opinião sobre qualquer pessoa poder gravar e publicar vídeos no *YouTube*?
- 19- O que você pensa para o futuro? Pretende continuar produzindo conteúdo no *YouTube*?
- 20- O senhor demonstra um alto grau de conhecimento sobre o funcionamento do *YouTube*. O que é necessário saber para fazer aulas nessa plataforma e como você aprendeu essas coisas?
- 21- Professor, o senhor é patrocinado por alguma marca de acessórios, alguma marca de saxofone?
- 22- O que uma pessoa precisa saber para produzir aulas de saxofone no *YouTube*?
- 23- Qual a principal diferença de ensinar sax presencialmente e ensinar sax no *YouTube*?
- 24- O senhor tocou num ponto importante, essa quantidade de recursos são fruto de uma gama de equipamentos. O que você usa para dar conta de tudo isso?
- 25- Você mexe com muitos formatos, qual deles mais agrada seus inscritos?

- 26- Como você interage com seus inscritos? Como você sabe que os agradou com um vídeo?
- 27- Quais são os principais desafios encontrados ao produzir conteúdo no YT?
- 28- Quais meios externos você tem usado para atrair mais inscritos?
- 29- Quer falar mais alguma coisa? Fique à vontade, conversamos bastante, mas possa ser que eu não tenha conseguido tocar em todos os pontos com esse roteiro. Peço você faça uma consideração sobre o que conversamos.

**APÊNDICE C – TCLE****TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**


Prezado (a) Senhor (a)

A pesquisa “O Ensino de Saxofone Através de Tutoriais do YouTube: Um Estudo Sobre as Aprendizagens Imbricadas na Produção e Distribuição dos Vídeos” estuda a produção e estruturação pedagógica de tutoriais online de saxofone no YouTube e, está sendo desenvolvida pelo mestrando em Educação Musical, Roger Cristiano Lourenço da Silva, matrícula 20181019280, no Programa de Pós Graduação em Música da Universidade Federal da Paraíba, sob a orientação da Profª Dra. Juciane Araldi Beltrame.

Os objetivos do estudo são: identificar os principais canais brasileiros de ensino de saxofone no YouTube; conhecer o perfil profissional e artístico dos produtores; descrever as estratégias pedagógicas dos produtores de conteúdo capazes de alcançar grandes públicos; enumerar procedimentos técnicos para produzir os vídeos; pontuar estratégias criadas ou reproduzidas para gerar engajamento com o público. A finalidade deste trabalho é contribuir para uma ampliação do conhecimento sobre o contexto do ensino e aprendizagem de música, utilizando os tutoriais disponíveis no YouTube, focando na formação de saxofonistas, mapeando os principais produtores de conteúdo online, assim como suas escolhas pedagógicas e de divulgação. Será possível ter um relevante conhecimento sobre a realidade nacional do ensino de saxofone no YouTube, além de poder compreender como os produtores têm estruturado pedagogicamente, como estão divulgando o conteúdo e, como estes conteúdos estão sendo relevantes para os seus consumidores.

Solicitamos a sua colaboração para permitir a observação dos tutoriais produzidos em seu canal do YouTube, além de responder ao questionário proposto na pesquisa, utilizar suas falas de uma possível entrevista, como também sua autorização para apresentar os resultados deste estudo em eventos da área de música e publicar em revistas científicas da área correspondente. Por ocasião da publicação dos resultados, seu nome não será mantido em sigilo. Solicitamos ainda a permissão de poder citar o seu canal do YouTube utilizando o nome original do canal, por conta dos objetivos já listados nesse termo.

Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações e/ou colaborar com as atividades solicitadas

Roger Cristiano Lourenço da Silva  


pelo Pesquisador(a). Caso decida não participar do estudo, ou resolver a qualquer momento desistir do mesmo, não sofrerá nenhum dano, nem haverá algum tipo de constrangimento.

Os pesquisadores estarão a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa.

Diante do exposto, declaro que fui devidamente esclarecido(a) e dou o meu consentimento para participar da pesquisa e para publicação dos resultados. Estou ciente que receberei uma cópia desse documento.

---

Assinatura do Participante da Pesquisa  
ou Responsável Legal

Assinatura da Testemunha

Contato do Pesquisador (a) Responsável:

Caso necessite de maiores informações sobre o presente estudo, favor ligar para o pesquisador  
ROGER CRISTIANO: (83) 9 9807-9266. Email: rogercristianosilva@gmail.com. Telefone da Pós-  
Graduação: (83) 3216-7005.

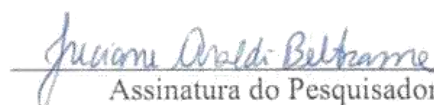
Comitê de Ética em Pesquisa do Centro de Ciências da Saúde da Universidade Federal da Paraíba  
Campus I - Cidade Universitária - 1º Andar – CEP 58051-900 – João Pessoa/PB

☎ (83) 3216-7791 – E-mail: [comitedeetica@ccs.ufpb.br](mailto:comitedeetica@ccs.ufpb.br)

Atenciosamente,



Assinatura do Pesquisador Responsável  
Roger Cristiano Lourenço da Silva



Assinatura do Pesquisador Orientador  
Juciane Araldi Beltrame

Obs.: O sujeito da pesquisa ou seu representante e o pesquisador responsável deverão rubricar todas as folhas do TCLE apondo suas assinaturas na última página do referido Termo.



## ANEXOS – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

UFPB - CENTRO DE CIÊNCIAS  
DA SAÚDE DA UNIVERSIDADE  
FEDERAL DA PARAÍBA



Continuação do Parecer: 3.373.705

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1347987.pdf	03/05/2019 18:59:50		Aceito
Folha de Rosto	folha.pdf	03/05/2019 18:58:23	ROGER CRISTIANO LOURENCO DA SILVA	Aceito
Parecer Anterior	pareceranterior.doc	03/05/2019 14:34:35	ROGER CRISTIANO LOURENCO DA SILVA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	projeto.pdf	03/05/2019 14:33:07	ROGER CRISTIANO LOURENCO DA SILVA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcle.docx	02/05/2019 20:04:10	ROGER CRISTIANO LOURENCO DA SILVA	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

JOAO PESSOA, 06 de Junho de 2019

---

Assinado por:  
Eliane Marques Duarte de Sousa  
(Coordenador(a))

Endereço: UNIVERSITARIO S/N  
Bairro: CASTELO BRANCO CEP: 58.051-900  
UF: PB Município: JOAO PESSOA  
Telefone: (83)3216-7791 Fax: (83)3216-7791 E-mail: comitedeetica@ccs.ufpb.br