

GUIA DE REFERÊNCIA PARA CRIAR MOOCs



***Storytelling integrado
ao modelo ADDIE***

Autores:

**Carina Rodrigues
Fábio Rossi**

PRODUTO EDUCACIONAL

GUIA DE REFERÊNCIA PARA CRIAR MOOCS Storytelling integrado ao modelo ADDIE

Produto Educacional desenvolvido no Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica -PROFEPT pela mestranda Carina Rodrigues, sob a orientação do Prof. Dr. Fábio Diniz Rossi, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação.

A fundamentação teórica encontra-se na dissertação "O uso de MOOC como auxílio aos processos de ensino e aprendizagem dos cursos técnicos do IFFAR"

Jaguari, RS
2020

SUMÁRIO

Introdução	5
1- Massive Open Online Courses	6
2- Design Instrucional	9
<i>Modelo ADDIE</i>	13
3- Digital Storytelling	22
Tipos de Storytelling	28
Elementos Essenciais	30
Etapas do DS	35
4- Criando MOOCs	48

APRESENTAÇÃO

Este Guia de Referência constitui uma proposta para elaboração de Moocs, utilizando o modelo ADDIE integrado à metodologia digital storytelling.

INTRODUÇÃO

Os Institutos Federais de Educação (IFs) tem como compromisso promover um ensino diferenciado, proporcionando uma formação integral, de forma ampla e unitária, para tanto, atua através de vários níveis e modalidades de ensino, inclusive na modalidade de educação a distância.

Nesse sentido, para atingir tal objetivo, é preciso sempre buscar novas metodologias de ensino e aprendizagem.

Isto posto, um curso aberto, online e massivo vai ao encontro desta proposta pedagógica, tendo em vista que pode ser utilizado para auxiliar a formação dos saberes e também, por constituir-se como uma proposta democrática de educação e conhecimento, dada a sua característica de flexibilização.

1. MASSIVE OPEN ONLINE COURSES



O que é um MOOC?

Os Cursos Online Massivos e Abertos (MOOC, abreviação em inglês de Massive Open Online Courses) tiveram origem no Canadá. A expressão foi utilizada por Dave Cormier em referência ao modelo de um Curso online elaborado por George Siemens e Stephen Downes.

É um modelo de aprendizagem digital aberta, cuja finalidade é transmitir o conhecimento, podendo ser certificado ou não, seu foco é a aprendizagem livre pelos participantes (Rodrigues, 2017).

MOOC: uma proposta de inovação no ensino e na aprendizagem

A expansão tecnológica fez com que os sistemas educacionais passassem a conviver com os computadores. Andrew Ng (2013) menciona que a internet fornece um meio muito mais eficiente para transmitir conteúdo, e a combinação de aulas em vídeo com sala de aula presencial surge como uma maneira mais eficaz de ensinar os estudantes.

Há várias possibilidades de utilização dos MOOCs:

podem ser aplicados
como apoio e
complemento às
aulas tradicionais

nivelamento
acadêmico

educação
corporativa

processos de
formação
continuada e de
desenvolvimento
institucionais



A utilização desses cursos no campo da educação presencial pode trazer melhorias aos docentes e estudantes, favorecendo o desenvolvimento de experiências e aprendizagens valiosas, tendo em vista o atual contexto histórico, social e cultural da sociedade digital.

A interatividade, trocas de experiência com outros alunos e professores e as formas variadas e colaborativas de resolução de problemas fazem com que os MOOCs se tornem ferramentas significativas no processo de construção do conhecimento MARTINHO et.al, 2014, p.450)



Seu foco está na interatividade e colaboração, na rede, oportunizando um movimento de Educação Aberta no esforço para tornar a educação mais acessível e mais eficaz.

2. DESIGN INSTRUCIONAL



O que é DI?

O design instrucional ou desenvolvimento instrucional (DI) é uma nova área de atuação ligada à Educação, mais precisamente à produção de materiais didáticos. Pode ser entendido como uma metodologia de trabalho dedicada aos processos de análise, desenho, desenvolvimento, implementação e avaliação de cursos a distância (Barreiro, 2016).

Conforme Filatro 2008, o DI constitui um conjunto de atividades envolvidas na formulação de uma ação educativa, ou seja, é uma diversidade de práticas que permitem a construção de um produto educacional qualificado.



O DI é responsável pela estrutura e organização de produção do material, pela adequação do material do conteudista (consonância do conteúdo) e o seu nível de abordagem, pela adaptação ao perfil e ao contexto do aluno, pela verificação dos objetivos metodológicos e pedagógicos propostos pelo curso, pelo emprego de uma linguagem e de informações adequadas e acessíveis aos objetivos, aos sujeitos envolvidos na aprendizagem e a apropriação adequada das mídias (Milhomem, 2014).

• Atenção •

O Design Instrucional apresenta quatro pressupostos básicos (Trachtenberg, 2020):

- ➡ Elaborar processos e materiais didáticos eficazes, ou seja, que cumpram seus objetivos pedagógicos;
- ➡ Os materiais e processos devem ser eficientes, utilizando o menor tempo possível.
- ➡ Tem de ser agradáveis para os aprendizes;
- ➡ Necessitam ser viáveis em termos de custo-benefício;

Vantagens de um DI

Segundo Smith e Ragan (1999):

-  **Estabelecer o foco do processo de ensino-aprendizagem no aluno;**
-  **Favorecer o desenvolvimento de soluções alternativas às práticas usuais em uma determinada área de ensino;**
-  **Suscitar a convergência dos objetivos, atividades e avaliações.**

Filatro (2008) divide o processo de trabalho no design instrucional em cinco fases: **análise, desenho, desenvolvimento, implementação e avaliação.**

Essas fases constituem o chamado **modelo ADDIE** (do inglês: analysis, design, development, implementation e evaluation), uma cadeia contínua e cíclica que se retroalimenta ao final do processo.

Esse modelo pode ser adotado tanto em nível macro, na elaboração de cursos, como em nível micro, para o desenvolvimento de materiais didáticos.



Figura 1: Modelo ADDIE (Fonte: Subsídios para Formulação de um Curso de Desenho Instrucional, ENAP, 2015)

Modelo ADDIE

Fase 1

Análise

Nesta fase são definidas as filosofias de educação que orientam a instituição, os objetivos do curso, a caracterização do público alvo, a análise do contexto e a infraestrutura tecnológica, suporte de mídia e de comunicação. Basicamente consiste em entender o problema educacional e projetar uma solução aproximada.

Observar, dentre outros, os seguintes aspectos (ENAP, 2015):

- **natureza dos problemas de desempenho;**
- **contexto no qual as necessidades de capacitação se originam;**
- **desempenhos que devem ser objeto da capacitação;**
- **tipo de processo educacional a ser adotado;**
- **definição do público-alvo;**
- **cronograma e custos do projeto de capacitação.**

Perguntas essenciais

DI na fase de análise:

Levantamento de necessidades: qual é o problema? Que tipos de habilidades e conhecimentos se pretende ensinar/promover?

Análise do contexto:
quais as condições?

Análise do público-alvo:
quem são os aprendizes?

Análise dos objetivos: o que os aprendizes devem se tornar capazes de fazer?

Fase 2

Desenho

Refere-se a criação da equipe responsável pelo conteúdo e de definição da grade curricular, cronograma e estratégias pedagógicas e tecnológicas.

Em síntese, esta fase envolve mapear e sequenciar os conteúdos, definir as estratégias e atividades de aprendizagem a fim de alcançar os objetivos traçados, selecionar as mídias e ferramentas, bem como descrever os materiais que deverão ser produzidos

Destacam-se os seguintes aspectos nesta etapa (ENAP, 2015):

- **objetivos da aprendizagem;**
- **conteúdos adequados aos desempenhos desejados;**
- **pré-requisitos para a aprendizagem;**
- **sequência da aprendizagem.**

Perguntas essenciais

DI na fase de Desenho:

Quais são as estratégias mais adequadas para promover os diferentes tipos de aprendizagem?

Como motivar os aprendizes?

Quais são as mídias e as metodologias mais adequadas?

Devem ser usadas abordagens generativas e/ou supletivas?

Como deve ser sequenciada a instrução?

Como os aprendizes serão agrupados?

Fase 3

Desenvolvimento

Fase em que ocorre a elaboração do material instrucional, de acordo com a mídia disponível e a plataforma escolhida. Também é definido o suporte técnico e pedagógico.

Envolve a produção e a adaptação de recursos e materiais didáticos impressos e/ou digitais.

Observam-se nesta etapa os seguintes aspectos (ENAP, 2015):

- **caracterização das atividades educacionais;**
- **seleção dos recursos didáticos;**
- **revisão do material existente;**
- **formatação do programa de capacitação (currículo do curso);**
- **seleção dos conteudistas;**
- **definição do corpo docente e de suas atribuições;**
- **teste de validação da capacitação.**

Perguntas essenciais

DI durante a fase do desenvolvimento:

Os produtos em desenvolvimento estão de acordo com o plano instrucional?

Como podem ser melhorados antes de sua implementação?

Atenção

É nesta fase que será produzido o roteiro: um plano que estabelece os objetivos, marcos de parada, atividades, trajetos e tempos.

Fase 4

Implementação

Nesta etapa ocorre a disponibilização das unidades de aprendizagem, os alunos realizam as atividades propostas interagindo com os conteúdos, ferramentas e educadores.

A aplicação da proposta de design instrucional será avaliada na fase posterior, de avaliação

Esta etapa envolve, além da capacitação propriamente dita, a estrutura física e administrativa exigida pela proposta pedagógica (ENAP, 2015).

Pergunta
essencial

DI durante a fase de implementação:

A instrução está sendo implementada corretamente?

Fase 5

Avaliação

Compreende a revisão e análise das estratégias pedagógicas e tecnológicas adotadas. Abrange as considerações sobre a efetividade da solução proposta e a revisão das estratégias implementadas.

Nesta fase avalia-se tanto a solução educacional quanto os resultados de aprendizagem dos alunos. A avaliação da aprendizagem pode ser diagnóstica, somativa ou formativa (FILATRO, 2008).

Em síntese, a avaliação permite o aperfeiçoamento contínuo do processo de ensino.

Perguntas essenciais

DI durante a fase de avaliação:

Qual a efetividade dos resultados de aprendizagem?

Como melhorar processos e materiais didáticos para as próximas implementações?



A avaliação é parte de um processo dinâmico, que influencia, mas ao mesmo tempo é influenciado pelas respostas dos alunos, pela peculiaridade do contexto e do momento.

3. DIGITAL STORYTELLING



Uma possibilidade para a criação de MOOCs é utilizar a metodologia storytelling. Assim, com uma ambientação pensada no cotidiano do aluno e com traços dramatúrgicos, a videoaula - que permanece baseada no conteúdo apontado pelo professor - ganha contornos mais leves e instrutivas, uma vez que, o storytelling permite contar histórias aproximando o aluno do conteúdo.

O que é Storytelling?

Storytelling é uma expressão em inglês que significa “o ato de narrar histórias”. A prática de contar histórias se encontra entre umas das atividades mais antigas da humanidade

Histórias são um método de compartilhar informações, saberes e valores. Com o surgimento do computador, da Internet e das novas ferramentas digitais, as narrativas tiveram de se moldar ao meio tecnológico para continuar a partilha desse conhecimento (Quintana, 2016).

Conforme aponta Lambert (2009) a metodologia da Digital Storytelling consiste em criar um vídeo breve, com duração de 2 a 4 minutos, no qual prima o conteúdo narrativo, frequentemente acompanhada de imagens, como fotografias, música, vídeos, sons, etc

Para Quintana (2016) o storytelling está ganhando espaço na educação, principalmente nas modalidades de ensino a distância e no blended learning (método que alterna momentos presenciais e de atividades em ambientes virtuais), tendo em vista seu potencial de ensino-aprendizagem.



A contação de histórias ou storytelling é um ato natural humano, intrínseco em sua evolução. Por muito tempo, mesmo antes da escrita, os conhecimentos obtidos eram transpassados de geração a geração pela oralidade, como forma de resguardar memórias e tradições de um povo (SILVA; OLIVEIRA; MARTINS, 2017, p. 987).

Conforme Garcia-Lorenzo (2010), ao contar uma história, objetivamos organizar nossas experiências ao longo de um enredo que o explica e o ordena, nesse sentido, o storytelling pode ser concebido como uma ferramenta capaz de organizar as experiências no processo de aprendizagem (apud Hack e Guedes, 2013).

Atenção

A Digital Storytelling tem sido definida como a prática de associar a antiga arte de contar histórias à tecnologia digital, através de um olhar pessoal, reconstituindo vivências e com reflexões sobre a temática escolhida.

Para McLellan (2006), o Digital Storytelling é uma metodologia poderosa, tendo em vista que, histórias, sempre foram uma espécie de dialética/conversa, entre o narrador e os “ouvintes”.

O poder destas narrativas consiste no fato de possuírem uma estrutura retórica, conduzindo à participação ativa dos indivíduos, através de questões que colocam a si mesmos, logo, são um excelente recurso para a educação.

Histórias, servem para ensinar, aprender, divertir e inspirar, não são uma diversão casual, refletem uma forma básica, mas eficiente, de dar um sentido lógico às experiências e ao conhecimento. Contar histórias é um meio de compartilhar experiências da vida real ou imaginárias .



Segundo aponta a Teoria de Ensino do psicólogo Jerome Bruner, professor de Psicologia e Diretor do Centro de Estudos Cognitivos da Universidade de Harvard, a probabilidade de memorização por meio de uma história é 20 vezes maior do que de forma isolada e descontextualizada.

Para ele, as técnicas de storytelling na educação são extremamente úteis para a cognição e fixação de conhecimento.



Mas afinal, o que são narrativas Digitais?

Basicamente são artefatos digitais que incluem (Oliva, Bidarra e Araújo, 2017):

- ➡ uma narração convincente de uma história;
- ➡ um contexto significativo para a compreensão da história;
- ➡ texto, imagens e gráficos que capturam ou expandem as emoções encontradas na narrativa;
- ➡ voz, música e efeitos sonoros que reforçam temas;
- ➡ e mecanismos que instigam à reflexão e envolvimento do público-alvo

Para os autores, as narrativas referem-se a uma série de eventos que aconteceram (passado), que estão a acontecer (presente) ou que irão acontecer (futuro).

Sendo assim, contar histórias implica integrar quatro elementos clássicos (válidos ainda na era digital): **uma trama, um narrador, um contexto e as personagens.**

Portanto, a construção de recursos educativos digitais com a utilização da metodologia do Digital Storytelling, poderá ser um elemento valoroso na trajetória de aprendizagem, tanto para professores, como para estudantes.

Tipos de Storytelling

Conforme informa Robin (2006), há tipos diferentes de histórias digitais, mas é possível tipificar as principais em três grupos principais:

narrativas pessoais - histórias que contêm relatos de incidentes significativos na vida de alguém. Esse tipo de história tem vários benefícios em um ambiente educacional, pode ser utilizada para facilitar discussões sobre questões atuais, como raça, multiculturalismo, globalização e outras questões que ocorrem no mundo.

documentários históricos - histórias que examinam eventos dramáticos que nos ajudam a entender o passado ou fatos históricos.

histórias criadas para informar ou instruir o espectador sobre um conceito ou prática específica - é uma categoria distinta, aqui há espaço para criar histórias que refletem material didático em áreas de conteúdo como matemática, ciências, educação em saúde, tecnologia instrucional e outros.

Para o autor, as histórias digitais criadas pelo professor podem ser empregadas para aprimorar as lições atuais dentro de uma unidade maior, como instrumento para facilitar a discussão sobre os tópicos apresentados na história e como forma de tornar o conteúdo abstrato ou conceitual mais compreensível.

As narrativas ainda podem ser classificadas em linear e não linear.

A **narrativa linear** caracteriza-se pela ordem das etapas início, meio e fim, os acontecimentos que compõem o enredo são organizados em uma sequência temporal, a história tem apenas um fio condutor, enquanto que na **narrativa não-linear** não existe necessariamente uma sequência cronológica dos acontecimentos (Gancho, 2004).

Elementos essenciais de um Digital Storytelling

Joe Lambert, co-fundador da Center for Digital Storytelling (CDS) - uma organização comunitária sem fins lucrativos situada na Califórnia - identifica os sete elementos essenciais para a construção de histórias Digitais (Lambert, 2010):

Os sete elementos da narrativa digital

1

Ponto de vista qual é a perspectiva do autor?

2

Questão dramática - uma pergunta que será respondida até o final da história.

3

Conteúdo emocional - problemas sérios que nos falam de maneira pessoal e poderosa.

4

Economia - basta colocar, usando conteúdo suficiente para contar a história sem sobrecarregar o visualizador com muita informação.

5

Andamento - relacionado à Economia, mas lida especificamente com a rapidez com que a história progride.

6

Voz - uma maneira de personalizar a história para ajudar o público entender o contexto

7

Trilha sonora - música ou outros sons que apóiam o enredo.

Para o autor, os elementos citados acima, não são passos sequenciais a serem seguidos, mas elementos que pretendem servir de guia durante o processo de criação de uma narrativa.

De acordo com Moradi e Chen (2019), durante a fase de planejamento e redação, são feitas revisões nos scripts e cria-se o storyboard. Decide-se sobre o conteúdo da história, o que a história precisa dizer.

Quando o script e o storyboard estão prontos, utiliza-se um vídeo digital para a construção da história.

Os autores descrevem cada elemento da história digital da seguinte forma:

Ponto de Vista: o ponto de vista demonstra a perspectiva do autor, descreve o objetivo e o ponto principal da história. Que história é esta, porque está sendo contada e qual seu propósito são exemplos de perguntas que devem ser respondidas nesta etapa.

Questão dramática: é uma situação/problema/dúvida que será respondida ou resolvida até o final da história. Ou seja, uma história digital eficaz tem um questão chave que desperta o interesse e atenção de quem interagir com a história.

Conteúdo emocional: como o nome sugere, o conteúdo emocional, como um dos elementos de narrativa digital, é aquele que provoca emoções no público. Uma história deve proporcionar engajamento emocional e despertar reações. Histórias podem transmitir emoções de empatia, medo, ansiedade, solidão, humor, entre outros. Desse modo, é indispensável considerar a perspectiva dos leitores/espectadores/interagentes, um desafio de grande relevância.

Economia: utilizar apenas conteúdo significativo e detalhes suficientes para contar a história, de maneira a não sobrecarregar o público com informações desnecessárias. O conteúdo da história deve ser preciso, curto e simples. A economia é um dos elementos mais importantes de histórias digitais eficazes, onde o escritor precisa decidir o que é essencial e crucial para a história. Considera-se que, para uma história digital simples, de narrativa, 3 minutos seria o tempo ideal, tendo em vista à eficiência da transmissão da história.

Andamento (Tempo): o andamento está relacionada com a economia e lida particularmente com o ritmo da história. Procura-se pensar o quanto lento ou rápido a história irá progredir, como se dará a alternância de ritmo, para que a história não se torne enfadonha. Descobrir o ritmo da história, de acordo com o que a trama exige (e não com o tempo limite), é a condição chave para uma progressão adequada da narrativa.

Voz: a voz do autor é uma forma de personalizar a história e ajudar o público a perceber o contexto da história. O modo com que a narrativa se expressará em palavras, principalmente se faladas - podendo-se variar entonações, sotaques, repetições, volume, pausas - terá influência direta na compreensão da narrativa. Em vista disso, é fundamental avaliar as melhores maneiras de transmitir as ideias desejadas.

Trilha sonora: incorporar músicas ou outros tipos de sons apóia e aprimora o enredo e a profundidade da narrativa. É necessário analisar com atenção as escolhas sonoras; músicas, por exemplo, devido a especificidade de sua letra, podem adicionar uma nova camada de informação à narrativa, ou ainda, podem auxiliar na transmissão de emoções específicas, de acordo com a temática da história.

Etapas do Digital Storytelling

Samantha Morra desenvolveu o modelo Processo Storytelling Digital (PSD), uma metodologia, composta de oito passos, que ajudam manter a organização no desenvolvimento da storytelling digital, conforme a figura abaixo:



Figura 2: Etapas do Processo Digital Storytelling (Samantha Morra)

1

Criar uma ideia ou escrever uma proposta

Uma idéia pode ser o cabeçalho do capítulo de um livro, um tópico de uma lição ou uma pergunta feita em sala de aula.

Para escrever uma proposta, elabore um parágrafo, faça um mapa mental ou use qualquer outra ferramenta de pré-escrita. Histórias digitais podem ser ficção ou não ficção.

2

Pesquisar (conteúdo)

Seja escrevendo uma história digital de ficção ou não-ficção, é preciso pesquisar e explorar sobre o tópico para criar uma base de informações sobre a qual a história será construída.

Nesta fase, a organização é muito importante, utilizar o mapeamento mental, fichas de índice ou ferramentas de anotações podem ajudar a acompanhar as informações.

3

Escrever (roteiro)

Após a elaboração das duas etapas de pré-escrita acima, tem-se uma proposta, que com um pouco de edição, poderá se tornar a introdução. Nesta fase é preciso determinar se a narrativa será em primeira, segunda ou terceira pessoa.

>>> *Elaborando o Roteiro* >>>>

O roteiro projeta a obra audiovisual em um texto escrito, o qual é utilizado como base para produzir a narrativa. Em linhas gerais, ele descreve as circunstâncias básicas das situações que vão ser gravadas, é um ponto de partida. Ele deve iniciar pela elaboração da storyline, que nada mais é, que a “linha da história”.

As narrativas digitais possuem alguns elementos estruturais, porém, não é necessário que todos eles sempre estejam presentes na história, são eles (Carvalho, 2008):

ELEMENTO	Descrição	Como identificar?
<i>FATO</i>	<p>é o evento, fato ou sequência destes que inspiram a história. Sem eles, a história não existe</p>	<p>O que acontece?</p>
<i>PERSONAGEM</i>	<p>são as pessoas, animais ou objetos que se envolvem no fato, que realizam as ações do enredo. Podem ser:</p> <p>Personagens principais: a história ocorre por causa e em torno deles.</p> <p>a) protagonista: aqueles que desejam, enfrentam dificuldades e conquistam algo;</p> <p>b) antagonista: são os que impedem ou atrapalham os acontecimentos e a realização dos desejos do personagem protagonista;</p> <p>Personagens auxiliares: são personagens secundários na história, participam da história para dar veracidade ao fato e aos personagens, comumente são amigos, familiares, vizinhos ou colegas de trabalho dos personagens principais</p>	<p>Com quem?</p>

<i>TEMPO</i>	<p>O tempo da narrativa diz respeito ao desencadear das ações, quando os fatos acontecem. Pode ser dividido em:</p> <p>Tempo cronológico: definido pela sucessão cronológica dos acontecimento narrados (ordem).</p> <p>Tempo psicológico: é subjetivo, surge das lembranças e vivências dos personagens.</p> <p>Tempo Histórico: relaciona-se a época ou momento histórico em que a ação se desenvolve.</p>	Quando?
<i>ESPAÇO</i>	<p>é o lugar onde a história se desenrola. Pode ser:</p> <p>Físico: quando é descrito de forma explícita na história, tem uma importância significativa;</p> <p>Ambiente: não aparece de forma explícita, porém pode ser identificado. Por exemplo, se a história ocorre durante uma aula de matemática, sabemos que o espaço é uma sala de aula.</p>	Onde?

CONFLITO	é o problema que envolve a história.	O que vai ser resolvido?
CLÍMAX	é o ponto de maior emoção da história, todos os fatos anteriores tem o objetivo de chegar nesse momento, mas ainda não é a solução do conflito.	Qual o período de maior tensão?
ENREDO	é o conteúdo, a sequência que dá construção ao texto (assunto) da história. O enredo pode expor os fatos de duas maneiras: Enredo-linear: submete-se a cronologia dos acontecimentos: começo-méio - fim Enredo não-linear: altera a cronologia dos acontecimentos: meio-fim-começo.	Como tudo acontece?
DESFECHO	é momento em que os conflitos são resolvidos, são esclarecidas as relações entre os acontecimentos, o final de cada personagem é apresentado e uma mensagem poderá ser passada.	Qual foi a solução do conflito?

NARRADOR	<p>é a voz que conduz a história. O narrador pode ser classificado em:</p> <p>Narrador-personagem: é aquele que participa da história como personagem.</p> <p>Narrador-observador: não participa da história, conhece a história, observa e relata os fatos na 3ª pessoa do singular.</p> <p>Narrador-onisciente: conhece toda a história, conhece os outros personagens, inclusive comportamentos, pensamentos e ideias, com narração em 1ª pessoa ou 3ª pessoa.</p>	<p>Quem está contando a história?</p> <p>Participa dela?</p>
----------	--	--

A partir da criação ou identificação destes elementos, é possível compor o roteiro da história, que pode ser escrito na forma de uma redação ou em formato de formulário.

4

Plano (storyboard):

Boas histórias começam com um bom roteiro, mas não param por aí. É nesta etapa que se faz a transição para literacias na mídia visual. O storyboard é o plano ou planta que guiará a tomada de decisão sobre imagens, vídeo e som. Os storyboards simples terão apenas espaço para imagens / vídeo e o script.

>>> Elaborando o Storyboard >>>

O Storyboard é um plano que permite visualizar como a história digital será exibida. Segundo Stevens (2014) é um esboço que auxilia na organização da história, definindo parâmetros de acordo com os recursos, mídias e tempo disponível.

Um Storyboard envolve o planejamento da sequência de cenas, bem como a interação dos vários componentes de mídias incorporados, como, fotos, imagens, gráficos, entre outros.

Permite identificar quais mídias utilizar e de que maneira elas podem ser combinadas para criar uma história envolvente e informativa.

Segundo Warren (2007), o melhor modo de organizar uma história é divisão em capítulos, definindo os momentos da história. De acordo com a autora, para iniciar uma história, deve-se elaborar um storyboard, com pelo menos seis capítulos.

De acordo com Meadows (2008), para um vídeo de 2-3 minutos, deve-se elaborar um guião de storyboard com extensão aproximada de no máximo 250 palavras, delimitando o tempo de duração de cada capítulo.

O Storyboard deve permanecer durante todo o processo, pois ele possibilita que o criador da história acrescente ou altere tópicos, títulos e capítulos (cenas), bem como, faça modificações na ordem dos capítulos e no tempo de duração.

Esse instrumento indica os buracos da história, identificando os recursos (tempo, equipamento, assistência) indispensáveis para concluir a história, ou a necessidade de modificá-la para se ajustar aos recursos disponíveis (Stevens, 2014).

Para isso, utiliza-se a representação gráfica dos capítulos em pequenos quadrados, como em uma história em quadrinhos, pois isso torna mais simples o processo de desenvolvimento do enredo.

Abaixo, sugestão de um template de storyboard em seis capítulos, elaborado com base na bibliografia apresentada:

Template Storyboard

Projeto: _____ Data: _____

Autor (es): _____

Imagen e Narração

5

Reunir (imagens, áudio e vídeo)

Este é o "material" que faz a mágica acontecer e a escrita ganhar vida. Usando o storyboard como guia, devem ser escolhidas as imagens, áudio e vídeo.

Tudo o que for escolhido terá impacto e definirá o tom da história digital. Neste momento deve-se atentar sobre os direitos autorais.

O narrador deve usar esse tempo para se registrar lendo seus scripts. É comum a reescrita de scripts à medida que são gravados.

6

Juntar tudo (integração das mídias)

É aqui que a mágica acontece, momento em que se descobre se o storyboard precisa de ajustes e se há todas as "coisas" suficientes para criar a obra. Momento de revisitar e revisar o storyboard.

Os softwares de edição de vídeo Movie Maker ou iMovie são softwares de edição simples e que, após a edição, permitem a disponibilizar o vídeo no YouTube.

7

Compartilhar

O compartilhamento on-line tornou-se profundamente enraizado em nossa cultura, portanto, é um opção para os educadores.

Procure uma maneira de compartilhar as histórias com seus alunos e também com um público mais amplo, divulgar a produção no whatsapp dos alunos e no youtube, são ótimas opções).

Oportunidade para reflexão e feedback, momento de avaliar as atividades desempenhadas, as dificuldades e impressões do processo e da história finalizada.

4. CRIANDO MOOCs

Com base nos conceitos apresentados e conforme demonstrado na tabela abaixo, é possível compreender que as etapas da metodologia Digital Storytelling proposta por Samantha Morra, podem ser integradas as fases do modelo ADDIE.

Assim, tem-se uma proposta para criar MOOCs utilizando-se a metodologia Storytelling integrada ao modelo ADDIE:

Storytelling integrado ao Modelo Addie criando MOOCs

<i>Fases do Modelo ADDIE</i>	<i>Etapas Digital Storytelling</i>	<i>MOOC</i>
<p>ANÁLISE</p> <ul style="list-style-type: none"> • objetivos do curso; • caracterização do público alvo; • análise do contexto; • habilidades e conhecimentos que se pretende ensinar/promover; 		<p>Pensar em uma narrativa Digital (textos, imagens, gráficos, voz e música);</p> <p>Planejar um vídeo com duração de 2 a 4 minutos, no qual predomina o conteúdo narrativo;</p>
<p>DESENHO</p> <ul style="list-style-type: none"> • mapear e sequenciar os conteúdos; • definir as estratégias e atividades de aprendizagem; • selecionar mídias e ferramentas; 	<p>1º - Criar uma ideia ou escrever uma proposta;</p> <p>2º - Pesquisar (conteúdo):</p>	<p>Observar os sete elementos essenciais da narrativa (Lambert): Ponto de Vista, Questão dramática, Conteúdo emocional, Economia, Andamento, Voz e Trilha Sonora.</p>

<p>DESENVOLVIMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> elaboração do material instrucional - MOOC 	<p>3º Escrever (roteiro);</p> <p>4º Plano (Storyboard);</p> <p>5º Reunir (imagens, áudio e vídeo)</p>	<p>Elaborar o roteiro: Fato, Personagem, Tempo, Espaço, Conflito, Clímax, Enredo, Desfecho</p> <p>Criar o Storyboard:</p> <ul style="list-style-type: none"> plano com 6 capítulos; capítulo com tempo aproximado de 30-45s; Extensão aproximada de 250 palavras <p>Utilizar softwares de edição de vídeo: Ex: Movie Maker ou iMovie</p>
<p>IMPLEMENTAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> disponibilização das unidades de aprendizagem 	<p>7º Compartilhar</p>	<p>Ex: Grupo de whatsapp dos alunos e;</p> <p>Plataforma Youtube</p>
<p>AVALIAÇÃO</p>	<p>8º Reflexão e Feedback</p>	<p>Definir modelo de avaliação</p>

Exemplo de um MOOC

Aplicação: Cursos Técnico Integrado em Administração IFFAR

Componente Curricular: Administração Financeira
Assunto: Educação Financeira- Gestão de finanças pessoais

Storytelling integrado ao Modelo ADDIE	MOOC Gestão de Finanças Pessoais
<p>1º Criar uma ideia ou escrever uma proposta;</p> <p>2º Pesquisar (conteúdo);</p> <p>ANÁLISE e DESENHO</p>	<p>Ideia: Falar sobre crédito, juros e endividamento;</p> <p>Conteúdo: Pesquisar conceitos relacionados a crédito, a juros e a endividamentoHistória entre um pai e um filho, em que este deseja adquirir um carro de forma parcelada, com pagamento de juros e o pai informa sobre a possibilidade de economizar o dinheiro da parcela e realizar a aquisição à vista. Um vídeo tela a tela, de aproximadamente 4 minutos, onde ocorre o diálogo entre pai e filho e a inserção de conceitos e definições através da voz do narrador.</p> <ul style="list-style-type: none">• Ponto de Vista: demonstrar que o crédito possui benefícios se utilizado de forma consciente, porém, se utilizado de forma não consciente, pode ocasionar o endividamento;• Questão dramática: efetuar a compra de um carro a vista ou de forma parcelada;

1º Criar uma ideia ou escrever uma proposta;

2º Pesquisar (conteúdo);

**ANÁLISE
e
DESENHO**

3º Escrever (roteiro);

DESENVOLVIMENTO

- **Conteúdo emocional:** o filho utiliza argumentos (faz apelo aos sentimentos do pai) para tentar convencer o pai sobre a compra do carro de maneira parcelada.

- **Economia e andamento:** vídeo com duração aproximada de 3 a 4 minutos, onde o narrador apresenta os conceitos e na sequência ocorre o diálogo acerca da questão/problema da história;

- **Voz e Trilha Sonora:** ocorre a intercalação entre a voz do narrador e as vozes dos personagens;

Roteiro:

Fato: o filho informa ao pai que deseja realizar um sonho, pretende adquirir um carro em uma loja que realiza a venda de forma parcelada, com pagamento de juros. O pai então orienta o filho sobre a possibilidade de realizar esta aquisição a vista, economizando o valor da parcela que pagaria à loja.

Personagens: o Pai e Felipe (o filho)

Tempo: irrelevante para esse contexto.

3º Escrever (roteiro);

DESENVOLVIMENTO

Espaço: a história se desenvolve na sala da casa
Conflito: compra de um veículo

Clímax: como equilibrar razão e emoção no momento de comprar

Enredo

(Felipe): - Pai decidi que chegou a hora de realizar meu grande sonho! Vou comprar um carro!

(Pai): - Como assim, de onde tirou esta ideia? De onde vai tirar o dinheiro?

(Felipe): - Pai, todos os meus colegas da faculdade tem carro. Hoje vi o anuncio de uma loja que parcela um carro em 60 vezes de R\$ 200,00! Acho que gasto mais que isso com ônibus!

(Pai): - Filho, não tome decisões financeiras com base nas suas emoções, haja com a razão!

(Felipe): -Pai, é só eu trabalhar mais aos finais de semana, assim farei sobrar o valor da parcela todo mês!

(Pai): - Quanto esse carro custa a vista? Seguramente mais barato do que parcelado!

3º Escrever (roteiro);

DESENVOLVIMENTO

(Narrador): - O crédito é uma fonte adicional de recursos obtida com terceiros e que possibilita a antecipação do consumo, resultando no pagamento de juros! Juro é a remuneração cobrada pelo empréstimo de dinheiro quando adquirimos uma coisa para depois pagá-la.

(Pai): Pense: se todo mês você poupar esse valor e investir, ao invés de pagar juros, receberá juros! Então, em alguns meses você terá o valor para pagar o carro à vista.

(Felipe): - agora fiquei em dúvida pai...

(Pai): - Veja um exemplo que vai te ajudar a tomar a melhor decisão: uma geladeira custa 1.800,00 a vista ou 18 parcelas de 150,00. Note, se você parcelar a compra pagará um total de R\$ 2.700,00, ou seja, nessa compra pagará 900,00 de juros. Porém, se economizar esses mesmos 150,00, em 12 meses poderá comprar a vista, sem pagar juros e sem comprometer o seu orçamento, pois, caso precise, terá esse valor a sua disposição.

(Narrador): A maior desvantagem do uso do crédito é o pagamento de juros. Devemos utilizá-lo em casos de emergência ou para aproveitar oportunidades de negócios, pois ele compromete o orçamento mensal e o consumo futuros.

3º Escrever (roteiro);

DESENVOLVIMENTO

(Narrador): - O crédito sem planejamento adequado pode levar ao endividamento! Isto ocorre quando a pessoa não consegue pagar as parcelas a que se comprometeu!

Desfecho

(Felipe): tem razão pai! Vou aplicar meu dinheiro e receber juros, ao invés de pagar!

(Narrador) E você o que faria? Ouviria a voz da razão ou da emoção?

4º Plano (storyboard)

5º Reunir (imagens, áudio e vídeo);

DESENVOLVIMENTO

→ Enredo e desfecho dividido em 6 capítulos;

→ Cada capítulo com duração aproximada de 40 segundos e 50 palavras;

→ Para cada tela (capítulo) da história inserir imagem do pai e do filho, com balões de diálogo para cada fala;

→ **Imagen:** Em cada tela da história reproduzir a imagem de uma sala (ambiente da história)

DESENVOLVIMENTO

4º Plano (storyboard)

5º Reunir (imagens, áudio e vídeo);

Narração

(Felipe): - Pai decidi que chegou a hora de realizar meu grande sonho! Vou comprar um carro!

(Pai): - Como assim, de onde tirou esta ideia? De onde vai tirar o dinheiro?

(Felipe): - Pai, todos os meus colegas da faculdade tem carro. Hoje vi o anúncio de uma loja que parcela um carro em 60 vezes de R\$ 200,00! Acho que gasto mais que isso com ônibus!

Narração

(Pai): - Filho, não tome decisões financeiras com base nas suas emoções, haja com a razão!

(Felipe): Pai, é só eu trabalhar mais aos finais de semana, assim farei sobrar o valor da parcela todo mês!

(Pai): Quanto esse carro custa a vista? Seguramente mais barato do que parcelado!

Narração

(Narrador): O crédito é uma fonte adicional de recursos obtida com terceiros e que possibilita a antecipação do consumo, resultando no pagamento de juros! Juro é a remuneração cobrada pelo empréstimo de dinheiro quando adquirimos uma coisa para depois pagá-la

4º Plano (storyboard)

5º Reunir (imagens, áudio e vídeo);

DESENVOLVIMENTO

Narração

(Pai): - Pense: se todo mês você poupar esse valor e investir, ao invés de pagar juros, receberá juros! Então, em alguns meses você terá o valor para pagar o carro à vista.

(Felipe) Agora fiquei em dúvida pai...
(Pai) - Veja um exemplo que vai te ajudar a tomar a melhor decisão: Uma geladeira custa 1.800,00 a vista ou 18 parcelas de 150,00.

Narração

(Pai):-Note, se você parcelar pagará um total de R\$ 2.700,00, ou seja, pagará 900,00 de juros. Porém, se economizar esses mesmos 150,00, em 12 meses poderá comprar a vista, sem pagar juros e sem comprometer o seu orçamento, pois, caso precise, terá esse valor a sua disposição.

(Narrador) - O crédito sem planejamento adequado pode levar ao endividamento! Isto ocorre quando a pessoa não consegue pagar as parcelas que se comprometeu!

Narração

(Narrador) - A maior desvantagem do uso do crédito é o pagamento de juros. Devemos utilizá-lo em casos de emergência ou para aproveitar oportunidades de negócio, pois ele compromete o orçamento mensal e o consumo futuros.

(Felipe) tem razão paf! Vou aplicar meu dinheiro e receber juros, ao invés de pagar!

(Narrador) - E você o que faria? ouviria a voz da razão ou da emoção?

<p>7º Compartilhar</p> <p>IMPLEMENTAÇÃO</p>	<p>Trabalhar com o MOOC nas atividades de sala de aula;</p> <p>Compartilhar nas redes sociais do IF;</p> <p>Compartilhar na plataforma youtube ou em grupos do WhatsApp;</p>
<p>8º - Reflexão e Feedback</p> <p>AVALIAÇÃO</p>	<p>Promover discussão em sala de aula ou através de fóruns sobre a relevância do conteúdo apresentado em MOOC.</p>

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, G. S. Histórias Digitais: Narrativas do século XXI. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo, Faculdade de Educação, 2008.
- FILATRO, A. Design instrucional na prática. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.
- GANCHO, C. V. Como analisar narrativas, 8 ed, São Paulo, Ática, 2004.
- GARCIA-LORENZO, L. Framing uncertainty: narratives, change and digital technologies. Social Science Information , n. 49, p. 329-350, 2010.
- HACK, J. R; GUEDES, O. Digital storytelling, educação superior e literacia digital. Roteiro, Joaçaba, v. 38, n. 1, p. 9-32, jan./jun. 2013. Disponível em: www.editora.unoesc.edu.br
- LAMBERT, J. The Digital Storytelling Cookbook. Berkeley: Digital Diner Press, 2010.
- MCLELLAN, H. (2006). Digital storytelling in higher education. Journal of Computing in Higher Education, 19, 1, pp. 65-79.
- MEADOWS, D. (2008). A Guide to Digital Storytelling by members of the BBC Capture Wales. Acedido de :
<https://www.bbc.co.uk/wales/audiovideo/sites/yourvideo/pdf/aguidetodigitalstorytelling-bbc.pdf>
- MORADI, H; CHEN, H. Digital Storytelling in Language Education. Behav. Sci. 2019, 9, 147; <http://www.mdpi.com/journal/behavsci>.
- OLIVA, R; BIDARRA, J; ARAUJO, D. Vídeo e storytelling num mundo digital: interações e narrativas em videoclipes. Comunicação e Sociedade, Braga , v. 32, p. 439-457, dez. 2017 . Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-35752017000200013&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 05 jul. 2020. [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.32\(2017\).2771](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.32(2017).2771).

PINHEIRO, C. (2013). Digital storytelling como ferramenta pedagógica [apresentação PowerPoint]. Retirado de <https://pt.slideshare.net/ladonordeste/digital-storytelling-como-ferramenta-pedagogica>.

QUINTANA, C. L.P; REBELLO, B. M, ROCHA, H. P. M. Narrativas que desafiam a aprendizagem em ambiente semipresencial: de casos e acasos ao Storytelling. Revista da Jopic, v.1, n.1, 2016.

ROBIN, B. (2006). The Educational Uses of Digital Storytelling. In C. Crawford, R. Carlsen, K. McFerrin, J. Price, R. Weber & D. Willis (Eds.), Proceedings of SITE 2006--Society for Information Technology & Teacher Education International Conference (pp. 709-716). Orlando, Florida, USA: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). Retrieved July 4, 2020 from <https://www.learntechlib.org/primary/p/22129>.

SILVA, J. A. L. ; OLIVEIRA, F. C. S. ; MARTINS, D. J. Storytelling e gamificação como estratégia de motivação no ensino de programação com Python e Minecraft. In: XVI Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital, 2017, Curitiba-PR. Culture Track, 2017. p. 987-990.

SILVA, J. C. P. Digital Storytelling em contexto de formação profissional – um estudo de caso. Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro, 2012.SMITH, P.L., & Ragan, T.J. (1999). Instructional design. (2nd ed.). Toronto: John Wiley & Sons.

STEVENS, J. Multimedia storytelling. Berkeley Advanced Media Institute da Universidade da Califórnia, 2014.
<https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinish/>.

TRACTENBERG, R. O Design Instrucional e suas etapas. Curso Teoria e Prática do Design Instrucional, Janeiro de 2020. Disponível em: www.livredocencia.com.

WARREN, C. Como escrever histórias. Texto Editora, Lisboa, 2007.