

**Produção de vídeos educativos sobre Inteligência Artificial: ampliando o
conhecimento por meio da extensão universitária num curso de
Publicidade e Propaganda em Blumenau/SC¹**

Rafael José BONA²

Laura SELIGMAN³

Leandro Werner RIBEIRO⁴

Jairo MARTINS⁵

Maria Aparecida Fialho Fontanari MARTINEZ⁶

William Campos da SILVA⁷

Universidade Regional de Blumenau, Furb, Blumenau, SC

RESUMO

Os avanços da Inteligência Artificial (IA) têm se tornado cada vez mais presentes no cotidiano, impactando direta ou indiretamente diversas áreas do conhecimento. Nesse contexto, foi elaborado o presente trabalho com o propósito de analisar vídeos educativos sobre a IA e a publicidade produzidos num projeto de extensão da Universidade Regional de Blumenau (Furb), em Santa Catarina. A pesquisa adota uma abordagem documental e descritiva, com caráter qualitativo, utilizando a técnica de análise fílmica adaptada ao conteúdo dos vídeos. Como principal resultado, constatou-se que os vídeos educativos são eficazes em informar acerca da IA na contemporaneidade e constituem uma prática de extensão universitária em Publicidade e Propaganda com caráter cidadão.

PALAVRAS-CHAVE: Educação; Vídeo; Publicidade; Inteligência Artificial; Extensão.

INTRODUÇÃO

A Inteligência Artificial (IA) é uma tecnologia que tem sido retratada frequentemente na ficção científica, como nos filmes *O exterminador do futuro* (1984,

¹ Trabalho apresentado no GP Publicidade e Propaganda, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutor em Comunicação e Linguagens (UTP) e mestre em Educação (Furb). Atua como professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/Furb) e dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Moda, da Furb, e do curso de Produção Audiovisual, da Univali. Líder dos grupos de pesquisa: Comunicação e Educação Midiática (Furb/CNPq) e Imagens Contemporâneas (Univali/CNPq).

³ Doutora em Comunicação e Linguagens (UTP). Atua como professora Adjunta da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Integrante do grupo de pesquisa: Comunicação e Educação Midiática (Furb/CNPq).

⁴ Doutorando em Design (UFSC). Atua como professor do curso de Publicidade e Propaganda, da Furb.

⁵ Mestrando em Educação do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/Furb), integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática (Furb/CNPq).

⁶ Mestranda em Educação e bolsista do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/Furb), integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática (Furb/CNPq).

⁷ Mestrando em Educação do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE/Furb), graduado em Letras – Português/Inglês (Furb), integrante do grupo de pesquisa Comunicação e Educação Midiática (Furb/CNPq).

James Cameron) e *Matrix* (1999, Lilly e Lana Wachowski). Essa tecnologia permite que as máquinas aprendam e realizem tarefas que anteriormente eram desempenhadas apenas por seres humanos. A IA é baseada em algoritmos e modelos computacionais que imitam certas capacidades cognitivas humanas, tais como raciocínio, deliberação, resolução de problemas, entre outras.

Os avanços da IA têm sido assunto decorrente na mídia. Um fato se intensificou após o lançamento, em novembro de 2022, do *ChatGPT*, que significa *chat generative pre-trained transformer*, um gerador de conversas criado pela OpenAI. Embora exista um extenso debate acerca da precisão de suas informações, o *ChatGPT* tem começado a fazer parte do dia a dia no ensino superior de Publicidade e Propaganda, pois ele, além da conversação, auxilia como ferramenta na composição de anúncios publicitários, no desenvolvimento de roteiros para rádio, cinema e televisão, dentre outras atividades.

No intuito de conscientizar de forma ética e responsável os estudantes de Publicidade e Propaganda da Universidade Regional de Blumenau (Furb), de Blumenau, Santa Catarina, acerca da IA, foi criado, em 2023, o projeto de extensão *Inteligência Artificial: produção de saberes na perspectiva da extensão universitária*⁸, com apoio do Governo do Estado de Santa Catarina e do Programa de Bolsas FUMDES/Artigo 171. O objetivo do projeto é desenvolver conteúdo educativo em vídeo com foco nas diferentes abordagens da IA no cotidiano, como ela funciona e quais são as suas limitações com intenções educativas. A pesquisa aqui relatada é oriunda do Programa de Pós-Graduação em Educação, da Universidade Regional de Blumenau (PPGE/Furb) em parceria com o curso de graduação envolvido no projeto.

O curso de Publicidade e Propaganda, da Furb, pioneiro no estado de Santa Catarina, desde sua criação, em 1991, tem desenvolvido uma série de projetos de pesquisa e extensão que dialogam com problemas sociais contemporâneos no contexto no qual a universidade está inserida. Conforme Scheidemantel, Klein e Teixeira (2004), a prática extensionista possibilita uma formação mais cidadã do estudante de forma conjunta com a comunidade. Ao mesmo tempo, permite um intercâmbio com as atividades de ensino e pesquisa.

Blumenau é um município localizado na região do Médio Vale do Itajaí e é conhecido por ser um polo têxtil e sediar a Oktoberfest. Sua população estimada, em

⁸ O projeto de extensão, aprovado no edital Propex 6/2023 – Uniedu – Fumdes/Art. 171 – Furb, é coordenado pelos professores Rafael José Bona e Fabricia Durieux Zucco.

2021, era de 366.418 habitantes, de acordo com o IBGE (2023). A Furb mantém na região uma série de projetos de extensão que englobam cerca de 350 atividades anualmente, nas quais se envolvem mais de 6 mil estudantes que prestam atendimentos à comunidade.

Foi nesse contexto que foi elaborado o presente trabalho que tem como objetivo analisar vídeos educativos sobre a Inteligência Artificial e a publicidade, produzidos num projeto de extensão de uma universidade de Blumenau, a Furb. Conforme Tavares, Meira e Amaral (2020, p. 48700), “estudar o uso da IA na Educação é uma forma de buscar soluções que possam agregar valor para o processo de ensino-aprendizagem, para apoiar professores e alunos, porém, sem negligenciar o aspecto humano [...]”.

No cenário contemporâneo da publicidade e da educação, a discussão sobre a IA torna-se relevante na medida em que há questões éticas e sociais emergentes que demandam reflexões críticas no âmbito acadêmico. O desenvolvimento acelerado dessa tecnologia, bem como sua aplicação em diversos setores da sociedade, requer uma discussão interdisciplinar com o intuito de promover uma reflexão aprofundada sobre os impactos dessa tecnologia.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Tarefas simples do cotidiano podem ser executadas por ferramentas inteligentes que facilitam as tarefas de forma rápida e eficiente. Nesse sentido, a IA, por meio de uma máquina e algoritmos, possibilita a capacidade cognitiva muito semelhante ao do ser humano desenvolvendo múltiplas tarefas (SILVA; MAIRINK, 2019). Em suma:

[...] é um ramo da ciência que visa, por meios tecnológicos, ser capaz de simular a inteligência humana; podendo resolver problemas, criar soluções e até mesmo tomar decisões no lugar do ser humano, como um auxílio que facilitaria em diversas áreas do cotidiano (SILVA; MAIRINK, 2019, p. 67).

É cada vez mais perceptível que a IA está em todos os setores da sociedade, entretanto, na educação é primordial que quando for utilizada, deva ser planejada de forma gradual e sempre com foco no suporte e não na robotização do ensino. Ainda, conforme Tavares, Meira e Amaral (2020, p. 48711), a partir de uma revisão exploratória com o objetivo de detectar caminhos e estudos sobre a IA na educação, foi percebido “que umas das principais aplicações de IA na educação são a partir dos Sistemas de Tutores Inteligentes, mas muitas outras linhas de IA estão caminhando para construir e consolidar seus caminhos na educação”.

Todas as variações dos avanços tecnológicos têm ficado cada vez mais nítidas ao abrir possibilidades para a IA que está transformando a sociedade. Muitos são os exemplos que podem ser citados como os canais de atendimento, as redes sociais, os *smartphones* etc. ao automatizar serviços dos mais variados. E, ao pensarmos nas atividades educacionais, se percebe que essas ainda a utilizam de forma mais lenta (TAVARES; MEIRA; AMARAL, 2020).

Com o aumento da demanda por tecnologias baseadas em IA, a pesquisa e o desenvolvimento nessa área têm crescido exponencialmente em todo o mundo. Grandes empresas e governos estão investindo em projetos relacionados à IA buscando soluções para problemas complexos em diversas áreas. A computação, em particular, tem desempenhado um papel fundamental no avanço da IA (ANANTRASIRICHAI; BULL, 2022). As capacidades de processamento de dados e armazenamento de informações dos computadores modernos possibilitam o treinamento de algoritmos mais complexos e o processamento de grandes volumes de dados em tempo real. Com o desenvolvimento de tecnologias cada vez mais avançadas, a IA tem o potencial de revolucionar muitos aspectos da nossa vida cotidiana, inclusive, na produção de vídeos para a educação.

VÍDEOS E EDUCAÇÃO

Com o fácil acesso às tecnologias, o vídeo tem tomado um lugar importante como ferramenta para produção de conteúdo educativo. Estudantes e professores dos mais diferentes níveis de ensino têm utilizado o vídeo como uma estratégia de ensinar e aprender. Os dispositivos móveis permitem que uma obra audiovisual seja gravada com facilidade e com bastante qualidade sem ter a necessidade de equipamentos como os que são utilizados na televisão ou no cinema. Muitas são as possibilidades de utilização de vídeo no processo de ensinar e aprender. Sempre caberá ao docente saber escolher a melhor forma para produção e utilização de vídeo.

Com o avanço dos dispositivos eletrônicos e a popularização da internet, os custos de equipamentos necessários para produzir e acessar conteúdos audiovisuais têm diminuído consideravelmente. Nesse contexto, muitos professores têm utilizado vídeos como uma ferramenta pedagógica eficiente para enriquecer o processo de ensino e aprendizagem. Eles são capazes de transmitir informações de forma clara e objetiva, além de prender a atenção dos estudantes (RANIERI *et al*, 2022).

Além disso, os professores, enquanto produtores de conteúdo, podem utilizar os vídeos para atender às necessidades dos alunos com diferentes limitações. Por exemplo, estudantes com deficiência visual ou auditiva podem se beneficiar do uso de legendas e descrições sonoras para compreender o conteúdo. Já os estudantes com dificuldades de aprendizagem podem ter uma melhor compreensão dos conceitos por meio da visualização de exemplos práticos e ilustrações (RANIERI *et al*, 2022). Portanto, a incorporação de vídeos no processo educacional pode ser uma forma eficaz de tornar o ensino mais inclusivo e acessível a todos os estudantes, independentemente de suas limitações e estilos de aprendizagem.

É muito importante que um produtor de vídeo tenha compreensão das finalidades das partes visuais no audiovisual ao ter em vista limitações orçamentárias e instalações disponíveis. Com o avanço das possibilidades das tecnologias quase tudo pode ser criado de forma visual ou auditiva. O produtor de vídeo deve ter o entendimento dos diferentes tipos de enquadramentos para ter noção o que ele pode passar para o espectador. Por isso, se faz necessário um roteiro bem detalhado e escrito para se ter noção das tomadas a serem gravadas/produzidas (MUSBURGER, 2008). Para a produção de um vídeo educativo não é diferente. Tudo deve ser bem planejado para sua devida execução.

Na produção de áudio, vídeo e na produção digital, usadas como produções interativas ou baseadas na Web, o escritor precisa escolher as melhores técnicas para representar o conceito que deseja no roteiro. Um amplo conhecimento de técnicas de produção não é necessário para o escritor; por outro lado, um determinado conhecimento fornece ao escritor os meios necessários para entender como o processo de produção funciona (MUSBURGER, 2008, p. 44).

Em termos gerais, um vídeo educativo deve estabelecer com clareza os objetivos a serem alcançados. Se o propósito for instrutivo ou informativo, é imprescindível que seja explícita a sua função enquanto material audiovisual. Para tal, é necessário que a narrativa apresente uma explicação contextual e conceitual, bem como o passo a passo do que está sendo exposto, de modo a despertar o interesse e a curiosidade do espectador para a solução de problemas em uma determinada área. Tais vídeos são recursos importantes no processo de ensino e aprendizagem de um tema ou assunto específico e não devem estar limitados ao ambiente acadêmico, podendo ser utilizados em treinamentos corporativos ou para lidar com questões cotidianas, como a organização da rotina doméstica, dentre outras possibilidades.

PROCEDIMENTOS E MÉTODOS

Inteligência Artificial: produção de saberes na perspectiva da extensão universitária é o terceiro projeto de extensão, em execução, que trabalha com produção de vídeo no curso de Publicidade e Propaganda, da Furb. Junto dele existem o *Plug in* (em execução desde 2001) e o *Comunica Furb* (desde 2018). Esses projetos, além de inserirem o estudante na prática de produção de vídeo, são educativos, possibilitam que esses desenvolvam atividades de extensão universitária promovendo a troca de saberes com a comunidade local na qual atua a universidade na região de Blumenau.

O projeto descrito segue uma metodologia semanal de trabalho que inclui reuniões entre bolsistas e professores extensionistas para discussão de possíveis roteiros a serem produzidos. Após a definição da temática, sempre relacionada à IA e ao universo do estudante de Publicidade e Propaganda, o roteiro é elaborado e revisado pelos professores e bolsistas. A produção é agendada, incluindo contatos com possíveis entrevistados e locais de gravação. Em seguida, o vídeo é editado, revisado e postado no YouTube, dentro de uma *playlist*⁹ sobre IA existente no canal do projeto de extensão parceiro *Comunica Furb*. Os vídeos também são divulgados no perfil do *Instagram* oficial do curso de Publicidade e Propaganda, o @ppfurb.

A pesquisa em questão enquadra-se em uma abordagem qualitativa do tipo descritiva e documental, tendo como foco os cinco primeiros vídeos produzidos pelo projeto em 2023, selecionados intencionalmente para a análise. Para tanto, a metodologia adotada utiliza elementos de uma análise fílmica seguindo as perspectivas teóricas propostas por Penafria (2009) e Seligman (2016).

A análise dos vídeos selecionados foi realizada sob uma perspectiva narrativa audiovisual, considerando a abordagem do roteiro, a descrição da temática do conteúdo, a produção, a edição, os pontos fortes e fracos, bem como sugestões de melhorias e a relação desses elementos com a educação e a publicidade. Com o objetivo de organizar esses elementos de forma clara e objetiva, foi elaborado um quadro que apresenta todas as informações observadas:

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZhIo8wtYV1nTMBE25taHuxGI0epXWge>. Acesso em: 12 jun. 2023.

ITENS	CONTEÚDO ANALISADO
Descrições preliminares	Título e tempo de duração.
Roteiro	Descrever brevemente o conteúdo da peça audiovisual. Começo, meio e fim.
Temática abordada	Descrever qual a temática sobre Inteligência Artificial abordada no vídeo.
Produção	Cenário, apresentadores, figurino, iluminação.
Edição	Cortes secos, com ou sem transição de imagens. O vídeo possui dinamismo na linguagem da edição?
Pontos fortes e fracos	De maneira geral quais são os pontos fortes e fracos do vídeo?
Sugestões de melhorias	Descrever as possíveis sugestões de melhorias para o vídeo.
Relação com a educação e a publicidade	Apontar qual a relação direta do vídeo com a área da Educação e da Publicidade e Propaganda.

Quadro 1: Aspectos analisados nos vídeos.

Fonte: os autores.

ANÁLISE DOS VÍDEOS

ANÁLISE DO VÍDEO 1

O primeiro vídeo analisado se intitula *Criamos um programete de rádio pelo ChatGPT*, e tem a duração de 2 minutos e 36 segundos. A temática principal abordada no vídeo é a IA – *ChatGPT*, na qual é apresentada essa plataforma e que está sendo palco de muitas discussões a nível mundial.

Logo no início, o apresentador faz uma pequena reflexão: o *ChatGPT* é amigo ou inimigo? Prossegue com sua apresentação e a do projeto do qual faz parte. É um vídeo em que se percebe a produção de um roteiro bem elaborado no que diz respeito à forma como acessar a plataforma, como também dicas para que se tenha uma experiência proveitosa na utilização do chat, como perguntas-chave para ambientar a IA e para que ela possa auxiliar de forma eficaz.

Na sequência foi realizada uma demonstração dessa IA solicitando-se a ela que elaborasse o roteiro de um programete de rádio, utilizando o título: *A utilização da IA para o desenvolvimento sustentável*, para isso foi informado ao chat que esse teria um convidado especial. Como retorno, foi recebido um roteiro de 5 minutos, contendo tanto os diálogos quanto a vinheta sugerida.

O cenário predominante do vídeo foram salas do laboratório de áudio da universidade, como também em vários momentos, o recurso utilizado para esse foi a tela

do celular, em que o procedimento foi a gravação simultânea dela com uma narrativa ao fundo.

Esse vídeo foi produzido por um aluno bolsista da Furb, do projeto de extensão do curso de Publicidade e Propaganda. O figurino utilizado foi básico, coerente com a proposta: a iluminação variou durante a produção, pois em alguns momentos as cenas estavam bem claras e, em outros, mais escuras. No que se refere à edição do vídeo, percebe-se que foram utilizados poucos recursos e a maioria das transições de cena tiveram corte seco.

Para os próximos vídeos, sugere-se que o apresentador tenha mais tranquilidade em sua fala, para que os espectadores possam usufruir melhor dos conteúdos a serem apresentados. Muitas vezes, excelentes roteiros não conseguem atingir seus objetivos em função da forma como o assunto é abordado, a edição e o posicionamento do celular quando no momento da filmagem. Deve-se posicionar esse horizontalmente, para o formato YouTube, além de melhorar a qualidade do vídeo tanto no que se refere ao cenário quanto à qualidade final da produção.

De modo geral, depreende-se que essa produção transmite a mensagem desejada, mesmo que de forma generalizada, pois a IA, mais precisamente o *ChatGPT*, tem sido assunto que está em voga ultimamente, nas mais diversas mídias, dividindo opiniões. Acredita-se que seja um recurso que poderá facilitar e auxiliar muitas produções tanto na educação quanto na publicidade, pois essas são áreas que necessitam ser constantemente renovadas e atualizadas devido à sua dinamicidade e ao seu alcance, mas que não deixemos de lado as capacidades humanas, responsáveis pela criação dessas ferramentas tecnológicas.

ANÁLISE DO VÍDEO 2

O segundo vídeo analisado se intitula: *Testamos o Midjourney*, com duração de 2 minutos e 48 segundos. Conforme já sugere o título, a temática principal abordada foi a IA *Midjourney*, que tem uma proposta voltada para a produção de desenhos realizados a partir de frases sugeridas na plataforma.

Esse é apresentado por dois alunos da Furb. Inicialmente eles dizem seus nomes e a IA que será apresentada. Na sequência, é mostrada a forma como foi coletada a sugestão das palavras que comporão o repertório para formar as frases a serem sugeridas à plataforma, como também a demonstração da figura produzida a partir dessas.

Essas palavras foram distribuídas para os alunos, escolhidas por esses às cegas e, de duas em duas, iam se formando frases para serem sugestionadas ao *Midjourney* e o resultado produzido a partir delas. A demonstração ocupou a maior parte do vídeo para que fosse entendido a sua finalidade.

Ao final, os apresentadores fazem uma breve fala a respeito da IA, oferecem aos espectadores a possibilidade de enviar palavras, para que recebam a figura produzida a partir de tais sugestões. A produção do vídeo tem como cenário salas da Furb e alterna com gravações de tela, tanto da plataforma quanto dos *stories* criados para que fossem feitas as sugestões supracitadas. A iluminação está bem clara e os apresentadores aparecem sentados no início e no final do vídeo, usando um figurino básico composto por camiseta e calças jeans.

Utilizaram-se vários recursos de edição para a finalização desse vídeo, alternados com textos, cortes secos, transições, sons ao fundo e narrativas de imagens. Percebe-se que o roteiro dessa produção foi organizado de maneira a repassar uma informação ao público de forma mais demonstrativa e não didática. Apesar de ter sido mostrado como foi realizada a coleta das palavras, a distribuição das mesmas e a figura resultante da frase, não foi detalhado como é o procedimento de acesso à plataforma, se esse é pago ou gratuito, informação importante aos possíveis usuários. Por se tratar de uma IA nova, acredita-se que uma explanação mais ampla seria de grande proveito tanto para os inscritos do canal, quanto aos que esporadicamente fazem buscas pelo Google ou barra de ferramentas do YouTube. De qualquer modo, vê-se como positivo apresentar essas plataformas que estão seduzindo e, ao mesmo tempo, dividindo opiniões, sendo assunto inclusive, da mídia nacional e internacional.

Sugere-se para os próximos vídeos atenção no que diz respeito ao posicionamento do celular, ou seja, esse deve estar na horizontal para que haja mais clareza nos cenários e que não deixe tantos cortes, assim como, deve-se estar atento à linguagem utilizada na produção e à velocidade da fala.

Percebe-se o quão importante essa ferramenta pode ser tanto para a educação, com possibilidades de criação de histórias e, a partir delas, a construção de personagens; assim como na área da Publicidade e Propaganda, pela facilidade da criação de produtos publicitários a partir dessa ferramenta de IA, conforme sugerido pelo apresentador. A criatividade e a imaginação não têm fronteiras e, aliadas às novas ferramentas digitais que se apresentam, podem vir a formar um grande elo educacional e comunicacional.

ANÁLISE DO VÍDEO 3

O título do terceiro vídeo analisado é: *Testamos alguns geradores de voz - Inteligência Artificial* e seu tempo de duração é de 2 minutos e 11 segundos. O vídeo tem como propósito apresentar algumas ferramentas de inteligência artificial para a criação de vozes, destinadas à narração em áudio.

O vídeo inicia com a apresentadora realizando a explanação da temática do vídeo, mas utilizando uma voz criada por meio de um gerador de voz. A apresentadora Laura, monitora do laboratório de áudio, relata o seu desafio em realizar um programete de rádio utilizando vozes artificiais.

Foi construído um roteiro para ser realizada a narração em plataformas de geração de voz, utilizando três plataformas diferentes – *VoiceMaker*, *NaturalReader* e *VoiceGenerator* – sendo utilizadas partes do roteiro em cada plataforma, demonstrando assim os resultados diferentes, como os tipos de vozes e narrativas que foram obtidas após as experimentações.

A obra apresenta algumas potencialidades das ferramentas de geração de vozes e suas possíveis utilizações, dando exemplos de suas aplicabilidades. Fazem sugestões de plataformas utilizadas para o experimento do vídeo e convidam a visitá-las e realizar testes, ressaltando que algumas dessas ferramentas são gratuitas. O propósito do vídeo é tratar da importância da Inteligência Artificial, com o foco nas ferramentas de gerador de voz para transformar textos em uma narração de áudio.

Sua produção foi com alternância entre a gravação de tela do computador e o laboratório de áudio. A apresentadora está usando um figurino básico e a iluminação está boa. Utiliza recursos diversos na transição do vídeo, com alguns cortes secos. Há um dinamismo na edição, pois além de alternar entre a mudança de voz e a gravação da tela do computador, há recursos de edição bem utilizados, tais como cenário em preto e branco, colorido e finaliza com um rápido *making of*.

Pode-se apontar como um ponto forte a utilização de um roteiro bem elaborado e explicativo. Porém, apresenta um ponto fraco, se tratando da utilização do celular na posição vertical, isso corta o cenário ao fundo e desqualifica o vídeo no que se refere à qualidade de produção. É possível elencar como sugestão, o cuidado com a forma como é realizada a gravação do vídeo e aprofundar mais a relação da Inteligência Artificial com sua utilização na educação.

O vídeo traz algumas sugestões para a utilização das plataformas de gerador de voz, ressaltando que podem facilitar a criação de áudios, como a criação de videoaulas, *podcasts* ou criação de conteúdo para as redes sociais. Podem trazer um aumento na produtividade nas diversas criações que utilizam narrações, gerando benefícios para editores e produtores de conteúdo publicitário, sendo ainda uma excelente ferramenta para auxiliar pessoas com dificuldades de aprendizagem e com deficiência visual.

ANÁLISE DO VÍDEO 4

O título do quarto vídeo analisado é: *Testamos alguns geradores de vídeo - Inteligência Artificial* e seu tempo de duração é de 1 minuto e 35 segundos. O vídeo inicia com a fala de um apresentador, que foi gerado por Inteligência Artificial, na plataforma *Studio D-ID*, com o intuito de demonstrar a possibilidade da utilização das inteligências artificiais para criação de vídeos.

O apresentador, agora o humano, mostra a possibilidade de criação de vídeos em outra plataforma chamada *Synthesia* com um pequeno vídeo que demonstra outra possibilidade de personagem e de voz. É apresentado um grupo de K-pop, intitulado *MAVE*, que é inteiramente criado por Inteligência Artificial, desde as vozes, clipes e o visual das cantoras. O apresentador finaliza o vídeo fazendo uma indagação: “será que nós seremos substituídos por *plugins*?”, se referindo à substituição dos apresentadores e outras profissões, por computadores.

O vídeo tem como propósito apresentar a Inteligência Artificial como alternativa para a criação e a gravação de vídeos na Furb. A produção do vídeo alterna entre a gravação de tela do computador e o laboratório de vídeo da Furb. O apresentador está usando um figurino básico: camiseta e calça. A iluminação está adequada.

A edição do vídeo apresenta a maioria das transições do vídeo com cortes secos, pouco uso dos efeitos de transição. Os recursos de edição mais utilizados foram as alternâncias entre as gravações de tela, a inserção das inteligências artificiais e o apresentador, entretanto, mais recursos poderiam ter sido utilizados para enriquecer o vídeo. É possível elencar como ponto forte a apresentação da temática da Inteligência Artificial. Porém, trata muito superficialmente a respeito das plataformas.

A obra poderia apresentar de maneira mais aprofundada os recursos das plataformas de Inteligência Artificial. O vídeo traz algumas sugestões para a utilização das plataformas para a criação de vídeo, e ainda um contraponto das possibilidades da

utilização dessas inteligências nas quais podem se encontrar diversas personas e vozes diferentes para a utilização, facilitando a criação sem o vínculo de imagem, ou de direitos autorais. O vídeo não traz uma relação direta com a educação, mas é possível imaginar as possibilidades, por outro lado, para a publicidade, com grande abertura para a criação de chamadas e *jobs* em geral.

ANÁLISE DO VÍDEO 5

O vídeo tem o título *Férias da Inteligência Artificial?*, e seu tempo de duração é de 1 minuto e 28 segundos. O vídeo tem como propósito analisar uma notícia recente do fim do mês de março de 2023, na qual especialistas em IA escreveram uma carta em que pedem para as principais empresas do ramo: parem de treinar os seus sistemas por no mínimo seis meses. Os especialistas alegam que existem problemas na falta de regulação dos sistemas, com isso estão ficando muito competitivos para com a inteligência humana, causando problemas em diferenciar ações feitas com as IA e os seres humanos, como textos, imagens, desenhos, entre outros.

A produção conta com a clássica linguagem jornalística, na qual um apresentador narra uma notícia para o público, não expõe sua opinião e ao final do vídeo cria o engajamento pedindo ao público que comente sobre a notícia e deixe suas opiniões no campo de comentários. Apresenta uma boa iluminação, câmera de qualidade e a produção toma cuidado para gravar o vídeo na qualidade de 1080p Full HD – na atualidade, esse é o mínimo esperado para um vídeo de qualidade. O áudio conta com grande qualidade, trazendo um conforto para ouvir a excelente narração da notícia.

Os pontos positivos são a qualidade do vídeo – imagem, som e edição; prendendo a atenção do espectador com uma linguagem clara e objetiva, porém o ponto fraco do vídeo é a escolha de posicionamento de câmera. Por gravarem na vertical criam as famosas *black bars*, que não fazem sentido para um vídeo que tem a dinâmica de ser criado para um canal do YouTube, trazendo um ar de amadorismo para a produção. O ponto maior de melhoria seria a duração de um minuto, assim o vídeo poderia ser postado na plataforma *Shorts*, focada em vídeos curtos e disponibilizada na própria plataforma. Poderia, ainda, ser transmitido em plataformas concorrentes como *Instagram* e *Tiktok*, nas quais o alcance seria maior, visto que as plataformas têm investido muito na produção e divulgação de vídeo curtos, separados e selecionados por um algoritmo que entregaria esse vídeo a pessoas que procuram sobre IA e a notícia da carta, tão comentada nos

últimos meses. Um pequeno ajuste no roteiro e edição pode fazer com que o vídeo se encaixe dentro desse novo padrão e vá melhor em números de visualizações, comentários e *likes*, gerando mais engajamento para o canal.

O vídeo vem ao encontro com as áreas da Educação e da Publicidade e Propaganda, por estar abordando um tema muito atual e discutido em ambas as áreas. A preocupação, a curiosidade e os estudos sobre IA são de extrema importância para as áreas em questão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio ao constante avanço das tecnologias digitais e a Inteligência Artificial, este estudo teve como objetivo analisar vídeos educativos sobre a IA e a publicidade, produzidos num projeto de extensão de uma universidade de Blumenau, a Furb. A partir das análises, constatou-se que os vídeos em questão desempenham efetivamente seus propósitos de difundir informações pertinentes sobre a Inteligência Artificial no contexto contemporâneo, além de atuarem como uma mídia cidadã e uma prática de extensão universitária na esfera da educação em Publicidade e Propaganda. Único fator que precisaria ser melhorado nos próximos vídeos é o seu formato, ao passar da posição vertical para a horizontal se enquadrando melhor no padrão do YouTube.

A prática da extensão adquire um caráter essencial na aquisição de uma compreensão mais aprofundada dos conteúdos apresentados em sala de aula, além de fortalecer o papel do discente como agente cívico em sua comunidade. Ademais, o debate e a análise crítica da Inteligência Artificial por meio de vídeos educativos assumem uma relevância crescente na contemporaneidade, dada a natureza inovadora e a ampla presença dessa tecnologia no cotidiano dos estudantes universitários. Atividades desempenhadas pelo projeto *Inteligência Artificial: produção de saberes na perspectiva da extensão universitária* intensificam o saber e o fazer de uma universidade.

Uma limitação significativa do estudo em questão está relacionada à recente criação do projeto, ocorrida no ano atual, e ao fato de que seus vídeos ainda se encontram em estágio inicial e experimental, com uma quantidade limitada de exemplares disponíveis para análise. Contudo, essa situação apresenta novas oportunidades e perspectivas para futuras investigações no campo, as quais poderão examinar outras produções audiovisuais geradas pelo projeto.

Essa pesquisa foi relevante para ambas as áreas – Publicidade e Propaganda e Educação. No contexto da publicidade, o uso de vídeos se tornou cada vez mais comum nos últimos anos, principalmente devido ao crescimento das redes sociais, e a pesquisa permitiu uma compreensão mais profunda sobre a temática. Além disso, o estudo nos fez refletir sobre a importância de se pensar na ética no uso da Inteligência Artificial na educação.

Os estudos acerca dos avanços da IA é de extrema importância e deve continuar sendo objeto de discussão e pesquisa. Com o avanço acelerado da tecnologia, é necessário que haja uma análise constante e crítica das implicações e consequências da aplicação da IA em diferentes áreas, como a Publicidade e Propaganda. Além disso, é fundamental que sejam criados mecanismos regulatórios para assegurar a ética e a transparência no desenvolvimento e uso da IA no contexto da publicidade.

REFERÊNCIAS

ANANTRASIRICHA, N.; BULL, D. Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55, p. 589–656, 2022.

IBGE. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/blumenau/panorama/>. Acesso em: 29 mar. 2023.

MUSBURGER, R. B. **Roteiro para mídia eletrônica**: TV, rádio, animação e treinamento corporativo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PENAFRIA, Manuela. Análise de filmes - conceitos e metodologia(s). In: CONGRESSO SOPCOM, 6., 2009, Lisboa. *Anais [...]*. Lisboa: SOPCOM, p. 1-10, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2023.

RANIERI, M.; LUZZI, D.; CUOMO, S.; BRUNO, I. If and how do 360° videos fit into education settings? Results from a scoping review of empirical research. *Journal of Computer Assisted Learning*, v. 38, 5, p. 1199-1219, oct. 2022.

SCHEIDEMANTEL, S. E.; KLEIN, R.; TEIXEIRA, L. I. A importância da extensão universitária: o Projeto Construir. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA, 2., 2004, Belo Horizonte. *Anais [...]*. Belo Horizonte, p. 1-6, 2004.

SELIGMAN, L. Expressões do sublime e da delicadeza nas narrativas do filme A festa de Babette. **Fotocinema**: Revista científica de cine y fotografía, 13, p. 249-265, 2016.

SILVA, J. A. S. DA; MAIRINK, C. H. P. Inteligência artificial. **LIBERTAS**: Revista de Ciências Sociais Aplicadas, v. 9, n. 2, p. 64-85, 13 dez. 2019.

TAVARES, L. A.; MEIRA, M. C.; AMARAL, S. F. do. Inteligência Artificial na Educação: Survey / Artificial Intelligence in Education: Survey. **Brazilian Journal of Development**, 6(7), p. 48699–48714, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.34117/bjdv6n7-496>. Acesso em: 30 mar. 2023.