VI CONGRESSO INTERNACIONAL DAS **LICENCIATURAS** COINTER - PDVL 2019

PARÂMETROS PARA ORGANIZAR UMA OFICINA DE VLOG PARA IDOSOS

PARÁMETROS PARA LA ORGANIZACIÓN DE UN TALLER VLOG PARA PERSONAS MAYORES

PARAMETERS FOR ORGANISING A VLOG WORKSHOP FOR THE ELDERLY

Apresentação: Comunicação Oral

Lucas da Silva Souza¹; Franklin José Almeida²; Maria Aparecida Pereira da Silva Sousa³
Pedro Manoel Herminio Alves⁴; Aparecida da Silva Xavier Barros⁵

DOI: <https://doi.org/10.31692/2358-9728.VICOINTERPDVL.2019.0108>

Resumo

As gerações mais velhas tendem a encontrar vários obstáculos em sua inserção digital. Estes impedimentos contemplam desde dificuldades de acesso a estas tecnologias devido à condição de baixa renda, até questões relacionadas com a baixa escolaridade e/ou a idade avançada. Todavia, acredita-se que os benefícios das tecnologias são inúmeros. Nesse caso, o acesso dos idosos a aparelhos conectados à internet e a conteúdos online de maneira equitativa e com custo acessível são vistos como medidas fundamentais. Entre os conteúdos disponíveis na rede, os vídeos se destacam e muita gente tem se dedicado a produzir este conteúdo audiovisual. Os vídeos estão presentes nos mais diversos canais de comunicação e também nas principais redes sociais. O consumo de vídeos online no Brasil cresceu 135% de 2014 a 2018, segundo pesquisa encomendada pelo Google. No mesmo período, o consumo de vídeos através de TV cresceu 13%. Assim como nos anos anteriores, a pesquisa apontou que a grande maioria (75%) dos entrevistados utiliza o *smartphone* para assistir a vídeos online. O YouTube figurou como o 2º maior destino para o consumo desse formato. Assim, tem-se a expectativa de que é possível otimizar a produção de vídeos junto a pessoas que ainda não estão acostumadas e/ou sensibilizadas com esse tipo de mídia, como é o caso de muitos idosos. O objetivo deste texto, portanto, é apresentar as informações necessárias sobre a implementação de oficinas de vlog para idosos. Inicialmente, foi feita uma pesquisa bibliográfica, por meio da qual foram extraídas informações tanto de artigos quanto de documentos disponíveis em meio eletrônico. O foco dessa atividade foi compreender o processo de produção de vídeo apresentado nos diversos guias/tutoriais espalhados pela web, assim como a prática de produção de vídeo amador em educação. Depois disso, foram redigidos os parâmetros para a oficina. Esta compreende cinco

¹ Licenciando em Física - Instituto Federal da Paraíba - IFPB, lucasaz90@gmail.com

² Licenciando em Física - Instituto Federal da Paraíba - IFPB, franklin081290@gmail.com

³ Licencianda em Letras - Instituto Federal da Paraíba - IFPB, aparecida.academico223@gmail.com

⁴ Graduando em Ciência da Computação – Universidade Federal de Campina Grande - UFCG, pedromanoel555@gmail.com

⁵ Mestra em Ciências da Educação; docente do Instituto Fed. da Paraíba - IFPB, aparecidaxbarros@hotmail.com

etapas: roteirização, montagem do(s) cenário(s), captura dos vídeos, edição e publicação. Sugere-se que as orientações sejam repassadas em encontros semanais com a duração de até quatro horas. No entanto, esse tempo pode ser ajustado, levando em conta os ritmos de aprendizagem dos idosos e os conteúdos a serem trabalhados. Almeja-se que tal proposta possa servir como orientação a professores, estudantes e profissionais que já trabalham ou possam vir a trabalhar com idosos em projetos de inclusão digital.

Palavras-Chave: Vlog, Oficina, Idosos.

Resumen

Las generaciones mayores tienden a encontrar varios obstáculos para su integración digital. Estos impedimentos van desde dificultades para acceder a estas tecnologías debido a los bajos ingresos, hasta problemas relacionados con la baja educación y/o la edad avanzada. Sin embargo, se cree que los beneficios de las tecnologías son numerosos. En este caso, el acceso de las personas mayores a dispositivos conectados a Internet y a contenidos en línea de forma equitativa y asequible se considera una medida fundamental. Entre los contenidos disponibles en la web destacan los vídeos y son muchas las personas que se han dedicado a la producción de estos contenidos audiovisuales. Los videos están presentes en los más diversos canales de comunicación y también en las principales redes sociales. El consumo de vídeo en línea en Brasil creció un 135% entre 2014 y 2018, según una encuesta encargada por Google. En el mismo período, el consumo de videos a través de la televisión creció un 13%. Como en años anteriores, la encuesta mostró que la gran mayoría (75%) de los encuestados utiliza su teléfono inteligente para ver vídeos en línea. YouTube figuraba como el segundo mayor destino para el consumo de este formato. Así, se espera que sea posible optimizar la producción de videos con personas que aún no están acostumbradas y/o sensibilizadas a este tipo de medios, como es el caso de muchas personas mayores. El objetivo de este texto, por lo tanto, es presentar la información necesaria sobre la implementación de talleres de vlog para las personas mayores. Inicialmente, se realizó una búsqueda bibliográfica, a través de la cual se extrajo información tanto de artículos como de documentos disponibles en medios electrónicos. El objetivo de esta actividad era comprender el proceso de producción de vídeo presentado en las diversas guías/tutoriales distribuidas por toda la web, así como la práctica de la producción de vídeo amateur en la educación. Después de eso, se escribieron los parámetros para el taller. Esto comprende cinco etapas: guiones, configuración de los escenarios, captura de los vídeos, edición y publicación. Se sugiere que las directrices se revisen en reuniones semanales de hasta cuatro horas de duración. Sin embargo, este tiempo puede ser ajustado, teniendo en cuenta los ritmos de aprendizaje de las personas mayores y los contenidos a trabajar. Se pretende que esta propuesta pueda servir de orientación a profesores, estudiantes y profesionales que ya trabajan o pueden trabajar con personas mayores en proyectos de inclusión digital.

Palabras Clave: Vlog, Taller, Mayores.

Abstract

Older generations tend to encounter several obstacles to their digital integration. These impediments range from difficulties in accessing these technologies due to low income, to issues related to low education and/or advanced age. However, it is believed that the benefits of the technologies are numerous. In this case, the access of the elderly to devices connected to

the Internet and to online content in an equitable and affordable manner are seen as fundamental measures. Among the content available on the web, videos stand out and many people have dedicated themselves to producing this audiovisual content. The videos are present in the most diverse communication channels and also in the main social networks. Online video consumption in Brazil grew 135% from 2014 to 2018, according to a survey commissioned by Google. In the same period, the consumption of videos through TV grew 13%. As in previous years, the survey showed that the vast majority (75%) of respondents use their smartphone to watch online videos. YouTube figured as the second largest destination for consumption of this format. Thus, it is expected that it is possible to optimize the production of videos with people who are not yet used to and/or sensitized to this type of media, as is the case of many elderly people. The objective of this text, therefore, is to present the necessary information on the implementation of vlog workshops for the elderly. Initially, a literature search was conducted, through which information was extracted both from articles and from documents available in electronic media. The focus of this activity was to understand the video production process presented in the various guides/tutorials spread throughout the web, as well as the practice of amateur video production in education. After that, the parameters for the workshop were written. This comprises five stages: scripting, setting up the scenario(s), capturing the videos, editing and publishing. It is suggested that the guidelines be reviewed in weekly meetings lasting up to four hours. However, this time can be adjusted, taking into account the learning rhythms of the elderly and the contents to be worked on. It is intended that this proposal can serve as guidance to teachers, students and professionals who already work or may come to work with the elderly in digital inclusion projects.

Keywords: Vlog, Workshop, Seniors.

1. Introdução

Vídeos fazem muito sucesso na internet e muita gente tem se dedicado a produzir este conteúdo audiovisual. Assim, com o intuito de fomentar a produção de vídeos por idosos integrantes do Projeto Navegantes, em andamento, foi construída a presente proposta de oficinas de vlog.

O objetivo deste texto, portanto, é apresentar como será aplicada a referida oficina. Almeja-se que os parâmetros criados possam servir também como orientação a outros professores, estudantes e profissionais que já trabalham ou possam vir a trabalhar com idosos em projetos de inclusão digital.

Inicialmente, foi feita uma pesquisa bibliográfica, por meio da qual foram extraídas informações tanto de artigos quanto de documentos disponíveis em meio eletrônico. O foco dessa atividade foi compreender o processo de produção de vídeo apresentado nos diversos guias/tutoriais espalhados pela *web*, assim como a prática de produção de vídeo amador em educação. Depois disso, foram redigidos os parâmetros para a oficina.

Este texto encontra-se organizado da seguinte forma: na seção 2 é abordado o tema inclusão digital de idosos; na seção 3, apresenta-se a definição de *vlog* e as suas principais características; na seção 4, são expostos os parâmetros para a implementação de oficinas de *vlog* para idosos; e na seção 5, traçam-se algumas considerações finais acerca da produção de *vlogs* por pessoas idosas.

2. A inclusão digital de idosos

A inclusão digital pode ser definida a partir da habilidade de indivíduos e grupos acessarem e utilizarem as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Ela engloba não somente o acesso à internet pelo computador, mas também por outras ferramentas como caixas eletrônicos, celulares/smartphones e aparelhos com tela *touch screen*, entre outros (REIS, 2017).

Para que haja uma sociedade incluída digitalmente é preciso que todos, inclusive as parcelas da população que possuem dificuldade de acesso a estas tecnologias devido à condição de baixa renda, baixa escolaridade e idade avançada, conheçam os benefícios das tecnologias, tenham acesso a aparelhos conectados à internet e conteúdo online de maneira equitativa e com custo acessível (WARSCHAUER, 2006; REIS, 2017). Do contrário, como explica Silveira (2001, p. 18), a exclusão digital pode impedir que se reduza a exclusão social,

uma vez que as principais atividades econômicas, governamentais e boa parte da produção cultural da sociedade vão migrando para a rede, sendo praticadas e divulgadas por meio da comunicação informacional. Estar fora da rede é ficar fora dos principais fluxos da informação. Desconhecer seus procedimentos básicos é amargar a nova ignorância.

Com relação às tecnologias móveis, Jenkins (2008) destaca como os celulares se tornaram uma nova ferramenta de consumo e produção de conhecimento. No entanto, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD-C), suplemento de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2018, o avanço no uso das tecnologias mais recentes tem impulso mais lento com o aumento da idade. O percentual de brasileiros que tinham telefone móvel celular para uso pessoal por grupos etários teve o seu mínimo na faixa de 10 a 13 anos (39,8%) e entre pessoas de 60 anos ou mais de idade (60,9%); na faixa de 14 a 17 anos o percentual foi de 70,0%, atingindo maior representatividade entre os adultos jovens de 25 a 34 anos (88,6%) e de 35 a 39 anos (88,2%).

Considerando a questão da conectividade, a utilização da Internet mostrou-se crescente

com o aumento da idade, alcançando o máximo entre os adultos jovens de 18 a 24 anos de idade e declinando a seguir. No grupo etário de 10 a 13 anos, 66,3% dos indivíduos utilizaram a Internet e, nos grupos etários de 18 ou 19 anos e 20 a 24 anos de idade, os percentuais ficaram praticamente iguais (85,4% e 85,2%, respectivamente). Na faixa de 60 anos ou mais de idade, porém, o indicador decresceu para 24,7%, segundo a pesquisa.

O nível de instrução é outra característica, apontada na PNAD Contínua – TIC, que também influencia a utilização da Internet. No contingente de pessoas sem instrução, somente 11,2% utilizaram a Internet e, entre as que tinham o ensino fundamental incompleto, esse indicador subiu para 43,6%, continuando a aumentar com a elevação do nível de instrução, atingindo 97,1% no contingente de pessoas com o ensino superior incompleto e declinando para 95,7% entre aquelas com o superior completo.

Neste cenário, enquanto as novas gerações apresentam familiaridade com o uso das inovações tecnológicas, as gerações mais velhas, tendem a encontrar vários obstáculos em sua inserção digital. Daí a importância de ações que contribuam para mudar essa realidade. O projeto Navegantes, coordenado pela orientadora deste artigo, ocorreu entre os meses de setembro e dezembro do ano 2018 e buscou oferecer a um grupo de 17 idosos a oportunidade de ampliar conhecimentos em informática e na rede social *Facebook*. Esta atividade extensionista foi realizada no Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Campina Grande através de oficinas e contou com a contribuição de professores, alunos, parceiro social e uma colaboradora externa. Para seus realizadores, o “Navegantes” é um exemplo viável de projeto de extensão, configurando-se em espaço de aprendizagem, socialização e inclusão digital do idoso (BARROS et al., 2019).

Ainda no âmbito das experiências de inclusão digital de idosos, destaca-se o Projeto de Inclusão Digital da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL), sob a coordenação da professora Silvana Dal Bó, que desenvolveu oficinas com grupos de idosos visando promover a reintegração social destes sujeitos por meio da alfabetização digital. A experiência contemplou o acesso à leitura e reflexões de temas transversais como: cidadania, meio ambiente, ética, educação, saúde, entre outros, gerando, conforme apontado pelos realizadores, melhorias na qualidade de vida das pessoas atendidas pelo projeto, como a manutenção da memória, a melhora do raciocínio lógico e a interatividade, seja por meio do contato presencial entre os participantes ou através da internet pelas redes sociais (UNISUL, 2018).

Santiago (2017), por sua vez, desenvolveu o projeto de extensão universitária “Inclusão

digital para pessoas da terceira idade: curso de informática básica”. Além de mostrar a importância de bibliotecários desenvolverem projetos na área da Biblioteconomia Social, a iniciativa propiciou a inclusão social e digital dos idosos. O curso de informática básica foi ofertado em dois módulos. O módulo I foi direcionado às pessoas que não possuíam conhecimentos de informática e o módulo II voltado para quem possuía algum conhecimento. Ao concluir o módulo I com aprovação, o aluno poderia seguir automaticamente para o módulo II. Segundo a autora, além de beneficiar a comunidade idosa melhorando sua qualidade de vida e autoestima, esta iniciativa também contribuiu para construção do conhecimento teórico-prático dos graduandos envolvidos e agregou conhecimento sobre o processo de envelhecimento.

Silva e Miranda (2016), em parceria com a Associação da Terceira Idade de Remígio e a Universidade Federal da Paraíba (UFPB/CCA) também planejaram ações para atender à população idosa. A metodologia de ensino aplicada pelos pesquisadores consistiu em adequar processos de utilização de recursos básicos de programas e aplicativos de Sistemas Operacionais computacionais de forma que pudessem ser utilizados pelo público atendido. Entre os programas e aplicativos computacionais que foram adequados para manipulação e utilização pelos participantes estavam: a digitação de maneira correta e rápida, a utilização do pacote de programas Microsoft Office Word, PowerPoint, Excel e noções básicas de como navegar na Internet.

Bortoluzzi et al. (2015), no artigo “Informática Para Terceira Idade”, apresentaram uma ação extensionista desenvolvida no Centro Universitário Ritter dos Reis – UniRitter – com pessoas com 60 anos de idade ou mais, nas Oficinas de Inclusão Digital, onde foram trabalhadas questões como a postura correta para a utilização do computador e o manejo dos serviços como e-mail, pesquisas na internet, digitação textual, criação de slides, manuseio e compartilhamento de fotos e outras questões conforme a necessidade e desejo dos alunos. Os resultados foram classificados pelo grupo como gratificantes, uma vez que os idosos demonstraram a alegria de conhecer mais sobre a informática e o prazer de estabelecer novas relações sociais, conseguindo realizar desde atividades simples no computador até outras mais complexas.

Petersen et al. (2013), no texto “Envelhecimento e Inclusão Digital”, relataram a experiência vivenciada com os participantes do projeto de extensão intitulado “A Melhor Idade na Era Digital”. Segundo os autores, o aprendizado ocorreu em um ambiente saudável e prazeroso, o que favoreceu as conversas, as trocas de ideias e a formulação de perguntas. Além

disso, as orientações foram dadas em linguagem simples e as explicações direcionadas às dúvidas dos participantes. Neste sentido, apontaram como relevante não apenas dizer aos alunos o que fazer, mas, também, demonstrar os procedimentos e antecipar-se às dificuldades deles.

Ordonez et al. (2012), no texto “Idosos on-line: exemplo de metodologia de inclusão digital”, afirmam que não existe uma fórmula que seja válida permanentemente para todos os idosos. Neste sentido, para se elaborar uma oficina de inclusão digital, esclarecem que é necessário considerar quem são os idosos, de onde vêm e o que esperam do serviço. Além disso, é preciso conhecer todos os aspectos pertinentes ao processo do envelhecimento, para se organizar um programa adequado, e de acordo com a realidade dos participantes envolvidos. Os autores também apontaram que a estimulação crítica durante o ensino, a linguagem clara e objetiva, a valorização do conhecimento dos estudantes e o planejamento das ações por parte dos pesquisadores foram fundamentais para a eficácia do aprendizado dos idosos.

3. Vlog: um gênero textual midiático advindo do *blog*

O termo *weblog* (ou *blog*, como também é comumente conhecido) é usado para indicar uma página da Internet cuja interface de edição é bastante simplificada, na qual o autor pode publicar livremente vários tipos de mensagens organizadas em ordem cronológica reversa (SILVA, 2003).

Atualmente, os *blogs* são bastante utilizados nas mais diversas áreas. Neles, um ou mais autores publicam conteúdo abordando uma temática específica e de modo frequente (PRIMO, 2008). Nesse sentido, segundo o autor, há diferentes gêneros de *blogs*:

a) *Blog* profissional – é escrito por uma pessoa com especialização em determinada área, na qual atua profissionalmente, não importando se este profissional possui educação formal em sua área de atuação. Muitos “*probloggers*”, como são chamados os autores desse tipo de *blog*, publicam os chamados *posts* pagos, mas isso depende do interesse de agências em pagar por este serviço e, também, do número de visitas diárias ao *blog*. O lucro, contudo, não é um padrão necessário para que um *blog* seja classificado como profissional. Há *blogs* desse tipo em que não são exibidas qualquer tipo de propaganda externa ou que o lucro com elas é eventual;

b) *Blog* pessoal – pode ser definido como uma produção individual, mas que se diferencia dos *blogs* profissionais pelo fato de não ser conduzida por objetivos e estratégias bem definidos e em consonância com o trabalho do autor. Pelo contrário, o prazer de expressar-se e interagir com os outros estão comumente entre as principais motivações de quem publica

no blog, que pode também, se preferir, fazer uso de uma identidade fictícia (o chamado “fake”). Muitos desses *blogs* veiculam anúncios publicitários, embora o lucro com publicidade não seja o principal foco de quem edita o blog;

c) *Blog* grupal – trata-se de uma produção feita por pelo menos duas pessoas e cujo foco se volta para temas de interesse do grupo. Contudo, as publicações também podem ser feitas individualmente. Nesse caso, os registros expressam as opiniões de um membro específico do grupo, que responde por suas perspectivas pessoais. Há, porém, certos grupos que preferem manifestar uma imagem de coesão, mas de qualquer forma, o que mais importa nesse tipo de blog é o convívio dos participantes e a troca de informações;

d) *Blog* organizacional – é aquele cujos *posts* e interações são feitos segundo o foco de atuação do grupo e conforme os objetivos traçados e assumidos por todos os membros. Pode-se, nesse caso, perceber com clareza que há uma mobilização de esforços para atingir fins estabelecidos, bem como para não comprometer a imagem da organização. Diferentemente de *blogs* grupais, onde o prazer de publicar pode ser a própria justificativa para tal, em blogs organizacionais o alcance de objetivos comuns direciona todos os esforços da organização, independentemente das atividades necessárias serem prazerosas ou não.

A facilidade com que se pode criar e fazer publicações em um *blog* fez com que esse recurso alcançasse uma relativa popularidade no mundo todo. Atualmente, existem sistemas de aplicativos e serviços gratuitos ou de baixo custo que não exigem do usuário grandes conhecimentos de informática. Normalmente, o próprio aplicativo ou provedor disponibiliza tutoriais sobre a criação e a edição do *blog*. Entre os serviços de *blog* que podem ser encontrados na *web* estão: o WordPress (<https://br.wordpress.com/>), que traz uma página de suporte bastante completa, e o Blogger (<https://www.blogger.com/>), uma ferramenta similar.

Além dos *blogs*, muitos internautas se utilizam de outras plataformas, como o *flog* e o *vlog*, tipos especiais de *blog*. *Flog* é a contração de *fotoblog* ou *fotolog*, uma página pessoal onde a comunicação ocorre através de imagens; e *vlog*, a abreviação de *videoblog* ou *videolog*, é uma página feita a partir de um canal no YouTube ou qualquer outro site de compartilhamento de vídeo na qual se publica conteúdo de uma forma audiovisual. Ambos são postados em ordem cronológica e com legendas que expressam seu significado. Atualmente, tanto *flog* quanto *vlog* se tornaram comuns devido a facilidade dos equipamentos digitais para fotografar e gravar vídeos, como câmeras fotográficas e celulares (VERONI, 2010).

Populares entre os adolescentes, os *vlogs* foram ganhando importância e se

popularizando entre internautas de todas as idades. A estrutura básica de atualizações em ordem cronológica inversa e publicação de microconteúdo é algo característico. Nesse caso, por meio de uma sequência de fatos da vida do “vlogueiro” – a pessoa que apresenta o *vlog* e registra, em formato de vídeo, geralmente curto, suas atividades, experiências e opiniões –, se estabelece uma relação entre ele e o público, que acompanha seus *posts* “como se acompanhasse temporadas de uma série ou novela” (ALVES; SILVA, 2018, p. 50).

O marco inicial da história dos *vlogs* no Brasil é o ano de 2010 (LUNA; BRANCO, 2013). Eles tiveram sua difusão facilitada pelo YouTube, que há 14 anos ainda não existia, mas hoje é o maior site de compartilhamento de vídeos do mundo. Vale destacar que o primeiro vídeo da história do YouTube possuía apenas 18 segundos. Nele, Jawed Karim, um dos criadores do domínio [youtube.com](https://www.youtube.com), fez um *vlog* a respeito de elefantes no zoológico (TECMUNDO, 2017).

Os *vlogs* têm como objetivo o compartilhamento de vídeos de maneira interativa. Seus visitantes podem registrar a sua passagem pelo *vlog* através de comentários (sugestões ou críticas) a respeito das postagens visitadas. Há uma variação na forma com que os *vlogs* são utilizados: para algumas pessoas são apenas uma maneira de compartilhar vídeos considerados caseiros, enquanto para outras são um meio para divulgar produções mais sofisticadas (profissionais).

De qualquer modo, os vídeos estão presentes nos mais diversos canais de comunicação e também nas principais redes sociais. A Pesquisa *Video Viewers* (2018), encomendada pelo Google e realizada pela Provokers, mostrou que o consumo de vídeos online no Brasil cresceu 135% de 2014 a 2018. No mesmo período, o consumo de vídeos através de TV aumentou 13%. Assim como nos anos anteriores, a pesquisa apontou que a grande maioria (75%) dos entrevistados utiliza o smartphone para assistir a vídeos online. Ainda de acordo com o levantamento, o YouTube é o 2º maior destino para o consumo desse formato: com 44% ficou apenas 3 pontos percentuais abaixo da líder, a TV Globo.

4. Parâmetros para a implementação de oficina de *vlog* para idosos

Produzir um vídeo demanda tempo e planejamento, mas não é algo que apenas os profissionais do audiovisual sejam capazes de fazer. Em concordância com Mattar (2009, p. 4), acredita-se que “é preciso superar o receio do uso do vídeo amador em educação”. Inclusive, indo além dessa perspectiva, almeja-se a produção de vídeos por pessoas que ainda não estão

acostumadas e/ou sensibilizadas com esse tipo de mídia, como é o caso de muitos idosos.

Para redigir a proposta de oficinas em tela, buscou-se estudar o processo de produção de vídeos nos seguintes guias/tutoriais disponíveis na *web*, a saber:

a) Curso “O guia de início rápido para o YouTube” e Central de Ajuda do YouTube – ambos oferecem uma série de orientações técnicas para a produção de vídeos e utilização da plataforma;

b) *Blog* da “Hotmart” – nesta página foi possível acessar e fazer o *download* de arquivos contendo informações sobre produção de vídeos e como deixar os conteúdos audiovisuais mais profissionais;

c) Site “Viver de Blog” – na página, que aborda principalmente sobre marketing de conteúdo, foi possível encontrar várias informações sobre como fazer um roteiro para vídeos.

Sobre a oficina propriamente dita, esta compreende cinco etapas: roteirização, montagem do(s) cenário(s), captura dos vídeos, edição e publicação. Sugere-se que as orientações sejam repassadas em encontros semanais com a duração de até quatro horas. No entanto, esse tempo pode ser ajustado, levando em conta os ritmos de aprendizagem dos idosos e os conteúdos a serem trabalhados.

Sobre a atuação dos idosos participantes, geralmente a apresentação de um vlog é feita por uma única pessoa. Porém, existem vlogs conduzidos por mais de uma pessoa, que aparecem juntas em todos os vídeos ou se revezam, ficando a participação deles alternada. Nesse caso, como se pretende agregar o maior quantitativo de idosos possível, a segunda modalidade se apresenta como a mais adequada para a etapa de produção dos vídeos experimentais.

4.1 Roteirização

A preparação do conteúdo de um bom vídeo envolve uma etapa extensa de pré-produção, na qual se determina tudo o que se quer mostrar no vídeo. Nesse sentido, o primeiro passo será a decisão do tema do vlog. Para isso, se faz necessário fazer uma lista com os assuntos que os idosos possuem afinidade. Nesse momento, também é válido pensar sobre quem se interessaria por esses assuntos. Portanto, diferentes temas poderão ser abordados, desde assuntos notadamente polêmicos como política, até assuntos triviais como eventos da vida cotidiana, humor, saúde, dicas culturais ou de beleza, dentre outros.

Depois de decidido o tema, é necessário definir quantos vídeos serão produzidos até o encerramento da oficina. Preparar um roteiro de ações e tópicos que serão tratados será a ação

seguinte. O roteiro serve para orientar a gravação, pois ele nada mais é do que a descrição do que acontecerá no decorrer do vídeo. Com ele, quem está aparecendo no vídeo terá mais condições de passar seus conhecimentos de maneira clara e em tempo hábil. Além disso, mesmo que essa pessoa fale de um assunto que já domina, precisa, pelo menos, ter uma ideia do começo, do meio e do fim do conteúdo do vídeo (HOTMART, 2017).

De acordo com Carvalho (VIVER DE BLOG, 2017), qualquer roteiro, tradicionalmente, é dividido em cenas. Dessa forma, a cada mudança de cenário, de figurino, de tempo ou até de assunto, deve ser escrita uma nova cena com seu respectivo cabeçalho (todas as cenas em uma sequência). Sugere-se, então, que o cabeçalho contemple:

a) O que será gravado na cena? Aqui deve ser descrita a ação exatamente como ela deverá ocorrer, o que quem está aparecendo no vídeo estará fazendo e até o figurino usado, se isso tiver alguma relevância para o vídeo;

b) Em que local será gravada a cena? Será dia ou noite?

Carvalho (VIVER DE BLOG, 2017) cita o seguinte exemplo:

- No escritório de casa, Henrique explica três dos mais conhecidos estilos de aprendizagem e antecipa os pontos mais importantes do vídeo;
- Cena 1: interna/dia;
- Câmera aberta: primeiro plano (dos ombros para cima). Sobre isso, Carvalho pontua que nos roteiros tradicionais, não é costume indicar em que plano será gravada a cena. Porém, como ele costuma filmar sozinho, percebeu que esse tipo de definição acaba ajudando na hora de fazer os ajustes de foco e posição da câmera, por exemplo.

Reforça-se que é desejável que o roteiro seja um documento organizado, com boas ideias e bem escrito. Nesse sentido, acerca das ideias e organização, segundo Carvalho é interessante considerar que:

- a mensagem principal do vídeo deve ser apresentada em uma única frase ou conceito e isso deve estar bastante claro para o espectador logo nos 30 segundos iniciais do roteiro;
- é importante captar a atenção da audiência desde o início do vídeo. Uma das possibilidades é usar expressões como “você” e “seu ou sua”;
- o visual é parte importante dessa mídia. Dessa forma, tudo que for possível demonstrar ao invés de ser falado, deve ser demonstrado;
- um jeito eficiente de manter uma pessoa prestando atenção naquilo que está sendo

falado é através de uma história. O *storytelling* funciona bem para qualquer tipo de mídia, pois os seres humanos são apaixonados por boas histórias;

- o conteúdo deve ser apresentado de forma pessoal para instigar as emoções do público;
- o espectador deve achar que aquele conteúdo que está passando no vídeo se encaixa em sua vida ou que ele pode utilizá-lo para resolver algum problema.

Acerca de otimizações de texto, Carvalho pontua que:

- repetições de palavras e redundâncias podem ser usadas, mas com cautela;
- deve-se evitar apostos (informações entre vírgulas) e optar por criar uma nova sentença ou eliminar a frase;
- é preferível não usar ênclises, por exemplo, ao invés de “propuseram-me” usar “me propuseram”;
- deve-se utilizar a voz ativa: “eu vou fazer um roteiro ao invés de um roteiro será feito por mim”;
- o ideal é evitar o uso do futuro simples: “no lugar de eu farei um roteiro usar eu vou fazer um roteiro”;
- não se recomenda usar palavras difíceis ou ambíguas;
- não se deve dar mais de uma informação por frase, uma vez que o espectador precisa de tempo para absorver cada informação.

Para Carvalho, o roteiro deve ser adaptado à linguagem falada, pois, do contrário, quem assiste terá a impressão de que quem está aparecendo no vídeo está lendo um roteiro ou que, no mínimo, se esforçou para decorar as falas. Evidentemente, se esse tipo de fala mais formal faz parte da personalidade do indivíduo e isso soa naturalmente, mudar essa característica tem o efeito contrário. A ideia, portanto, é falar naturalmente, evitando usar jargões, frases e expressões popularizadas por outras pessoas, tentando parecer aquilo que não é.

Ana Nogueira (HOTMART, 2017) apresenta outras sugestões para a elaboração do roteiro:

- para quem está começando a gravar vídeos, o mais indicado é adotar um modelo de roteiro mais tradicional, que é o documento dividido em duas colunas: do lado direito, escreve-se o que aparecerá na imagem, efeitos visuais e especificações de background (trilha sonora do vídeo, por exemplo); na coluna esquerda, escreve-se o que será dito durante a gravação;

- as falas podem ser acompanhadas por um cronômetro. Nesse caso, para conferir quantos segundos foram necessários para concluir cada cena pode-se fazer uso de uma anotação, indicada no roteiro com o sinal do apóstrofo (‘), sendo o apóstrofo único a indicação de minuto (1’) e o apóstrofo duplo a indicação de segundos (1’20’’);
- a revisão do roteiro em voz alta é importante porque muitas frases que parecem ótimas, podem ficar esquisitas quando faladas, desconexas ou formais demais.

Daniel Barros (HOTMART, 2019b), por sua vez, faz uma observação importante sobre a produção dos vídeos:

- Divida os vídeos em partes: a introdução corresponde aos primeiros 2% do vídeo e é responsável por garantir se a pessoa vai continuar ou não assistindo. Logo, é importante ser objetivo e cativante; o corpo do vídeo consiste em 96% dele, ou seja, é a maior parte do conteúdo. Nesse momento, é preciso garantir que tudo o que foi prometido na introdução será cumprido; os 2% finais do vídeo devem ser usados para o fechamento. Essa parte deve ser relevante para o público. Uma possibilidade é usar esse tempo como um gancho para outros conteúdos. Frases como, por exemplo, “concluindo”, “finalizando” ou “para finalizar” devem ser evitadas, pois fazem com que o espectador feche o vídeo antes do seu final.

4.2 Montagem do(s) cenário(s)

O cenário não precisa ser muito elaborado, com muita decoração, mas é interessante pensar algo que fuja do padrão de fundo branco, que é bem monótono. A dica é buscar coerência com os objetivos do vídeo. Nesse sentido, o ideal é criar um cenário que siga a linha do que será falado, pois, dessa forma, ele se torna mais interessante e ajuda a prender a atenção das pessoas.

Se o vídeo tiver uma proposta educativa, uma sala de aula ou um ambiente neutro com elementos que lembrem um lugar de estudos podem ser usados como cenário; um cômodo da casa também pode ser separado para essa atividade. Assim, torna-se possível deixar o espaço sempre montado, aproveitando os vários detalhes já posicionados nesse cômodo (HOTMART, 2019a).

Barbara Santos (HOTMART, 2019a) lembra também das precauções com os ruídos externos. Nesse sentido, sugere que seja escolhido como cenário um lugar longe de janelas para

evitar o barulho. Porém, se isso não for possível, pode-se improvisar um isolamento acústico colocando carpetes ou tapetes, pendurando alguns cobertores grossos ou até mesmo colocando algum móvel na frente da janela.

4.3 Captura dos vídeos

A proposta em tela contempla a produção de vídeos amadores. Durante a oficina, os idosos devem produzir vídeos experimentais, cuja duração pode variar entre 1 e 5 minutos. Para tal, se propõe que a captura deles possa ser feita com uma câmera de celular, uma vez que a maioria dos aparelhos do tipo *smartphones* filma em *full HD* (alta definição).

Se não for possível ter acesso à luz natural na hora da gravação das cenas, algumas alternativas podem ser usadas nesse caso, como lâmpadas de teto e o próprio flash do celular. Porém, se a gravação ocorrer num ambiente externo, deve-se sempre utilizar a luz natural. Todavia, para que o vídeo fique bom, é preciso ter muito cuidado com o horário da gravação para que a iluminação não mude muito de uma cena para a outra. É preciso ainda estar atento para que não haja muita luz na parte de trás do vídeo, pois, dessa forma, ele vai ficar contraluz, causando o escurecimento da imagem e uma superexposição do fundo.

4.4 Edição

Sabe-se que muitas pessoas evitam produzir um vídeo por não terem habilidade com o processo de edição. Todavia, a proposta dessa oficina é fazer com que os idosos percebam que é possível aprender a fazer isso. Assim como toda habilidade nova, quanto mais eles praticarem, mais fácil será para editar os vídeos.

Há vários tutoriais online que ensinam o passo a passo para editar vídeos. Sugere-se, porém, que ao repassar essas orientações a equipe responsável pela oficina utilize uma linguagem simples e exemplificada com instruções passo a passo. Além disso, é provável que haja a necessidade de um material escrito (tutorial), pois através dele o idoso poderá melhor compreender esse conteúdo, assim como se exercitar fora oficina, reforçando o aprendizado, ou mesmo para fazer uso dele se esquecer algum comando. Salienta-se que esse recurso deve conter, dentre outras particularidades:

- Imagens ilustrativas de todas as informações textuais, pois isso facilita a execução da ação, aumenta a segurança de que a ação está sendo realizada corretamente e favorece a memorização.
- Letras maiores que as convencionais, com destaques nas palavras que

indicam ações, como “clique”, “salve”, “copie”, “selecione”, etc. (BARROZO e BIZELLI, 2011, p. 6261).

Para Barbara Santos (HOTMART, 2019a), a edição dos vídeos é absolutamente necessária, pois sempre há algum detalhe da gravação para ajustar. Além disso, é nesse momento que se pode inserir elementos que agregam valor ao material, como, por exemplo, legendas e outros efeitos especiais. Outras tarefas importantes da pós-produção são destacadas por Bárbara:

- Ajustes de imagem: o objetivo é melhorar a nitidez, acertar a exposição, melhorar o enquadramento, corrigir cores, contraste e brilho, entre outros;
- Cortes de cenas: são feitos, por exemplo, para reduzir pausas longas, reposicionar cenas, eliminar erros de gravação;
- Ajustes de áudio: ajudam, por exemplo, a melhorar a nitidez da voz, amenizar ruídos, ajustar volumes;
- Transições: podem ser feitas para adicionar vinhetas e deixar a mudança de cenas mais natural;
- Efeitos: podem ser utilizados quando se quer inserir legendas, *thumbnails*, elementos digitais e o que mais for interessante.

4.5 Publicação

Esta é a parte final da produção de vídeos. Todas as principais redes sociais da atualidade suportam o *upload* de vídeos. Todavia, é preciso entender as diferenças de formato e usabilidade desse tipo de conteúdo. No YouTube, a plataforma sugerida para a publicação dos vídeos produzidos pelos idosos, por padrão, é possível enviar vídeos com até 15 minutos de duração, mas é permitido também incorporar vídeos mais longos. Nesse caso, o usuário deve seguir algumas etapas para verificar sua Conta do Google. Após a verificação da conta, é permitido enviar vídeos com mais de 15 minutos.

Para quem está começando a criar conteúdo para publicar na plataforma, o YouTube oferece um curso intitulado “O guia de início rápido para o YouTube”, onde mostra, por exemplo, como configurar o canal, enviar vídeos e alinhar o branding (que significa saber usar elementos visuais para criar uma marca consistente, que seja identificada pelo público). Além disso, apresenta o significado dos termos mais usados e diretrizes importantes para participar da comunidade do YouTube. Após fazer o *login*, o participante pode completar as aulas no seu

próprio ritmo e, se passar no exame com uma pontuação de 75%, recebe certificado de conclusão. Na Central de Ajuda, além das informações sobre como criar e desenvolver o canal, ainda é possível saber mais detalhadamente sobre outros assuntos.

Aqui também se recomenda que ao repassar as orientações a equipe responsável pela oficina utilize uma linguagem simples e exemplificada com instruções passo a passo. E, se houver a necessidade de um material escrito (tutorial), este deve ser escrito com letras maiores que as convencionais, com destaques nas palavras que indicam ações, assim como deve apresentar várias imagens ilustrativas de todas as informações textuais, conforme já pontuado por Barrozo e Bizelli (2011).

5. Considerações finais

Sabe-se que as gerações mais velhas tendem a encontrar vários obstáculos em sua inserção digital. Estes impedimentos contemplam desde dificuldades de acesso a estas tecnologias devido à condição de baixa renda, até questões relacionadas com a baixa escolaridade e/ou a idade avançada.

Através deste estudo, procura-se reforçar a necessidade de que todos (governos e sociedade) se empenhem para que o maior número possível de integrantes desta parcela da população de fato possa conhecer os benefícios das tecnologias. Nesse cenário, o acesso dos idosos a aparelhos conectados à internet e a conteúdos online de maneira equitativa e com custo acessível são tomados como medidas fundamentais.

Além disso, considerando a enorme quantidade de ferramentas de apoio à produção de conteúdo disponíveis online, almeja-se que surjam mais iniciativas de inclusão digital dentro das universidades e institutos federais. Porém, por meio desse texto, buscou-se evidenciar aos profissionais envolvidos na educação de idosos e, de modo especial, aos professores e estudantes, sobre como é possível produzir uma oficina de vlog para idosos.

Referências

- ALVES, R. P. S.; SILVA, R. J. Vlogs e o incentivo à formação de leitores. In: **Bibl. Esc. em R.**, Ribeirão Preto, v. 6, n. 1, p. 43-63, 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/berev/article/view/132613>
- BARROS, A. S. X. et al. Oficinas de inclusão digital para idosos desenvolvidas no Instituto Federal da Paraíba (IFPB) – Campus Campina Grande. **Revista Práxis: saberes da extensão**, [S.l.], v. 7, n. 14, p. 74-83, abr. 2019. Disponível em: <http://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/praxis/article/view/2943>

BARROZO, S.; BIZELLI, M. H. S. A Informática ao alcance do Idoso: desenvolvimento de material específico. In: **XI Congresso Estadual Paulista sobre Formação de Educadores e I Congresso Nacional de Formação de Professores**, Águas de Lindóia, 2011. v. 1. p. 6259-6266.

BORTOLUZZI, P. A.; BITENCOURT, P. S.; CERONI, D. C. Informática Para Terceira Idade. **XI Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação – SEPesq**, 19 a 23 de outubro de 2015. Disponível em: https://www.uniritter.edu.br/files/sepesq/arquivos_trabalhos/3609/998/1146.pdf

HOTMART. **Guia super completo para fazer vídeo!** Por: Barbara Santos, em 14/06/2019a. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/fazer-video/>

HOTMART. **Taxa de retenção:** como criar vídeos que prendem a atenção do público. Por: Daniel Barros, em 01/03/2019b. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/taxa-de-retencao-como-criar-videos-prendem-atencao/>

HOTMART. **Um guia para fazer o seu roteiro de vídeo (com exemplos!).** Por: Ana Nogueira, em 26/09/2017. Disponível em: <https://blog.hotmart.com/pt-br/como-fazer-roteiro-de-video/>

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal:** 2016. Rio de Janeiro: IBGE; 2018. 16p

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MATTAR, J. **YouTube na Educação**. Disponível em: <http://blog.joaomattar.com/youtube-na-educacao/>

ORDONEZ, T. N.; LIMA-SILVA, T; B.; YASSUDA, M.S.; CACHIONI, M. Idosos on-line: exemplo de metodologia de inclusão digital. **Revista Temática Kairós Gerontologia**,15(7), 215-234. Online, 2012.

PETERSEN, D. A. W.; KALEMPA, V. C.; PYKOSZ, L. C. Envelhecimento e inclusão digital. **Extensio**, Florianópolis, v. 10, n. 5, p. 120-128, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/extensio/article/viewFile/18070221.2013v10n15p120/25456>

PRIMO, A. Blogs e seus gêneros: Avaliação estatística dos 50 blogs mais populares em língua portuguesa. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - **Intercom 2008**, Natal. Anais, 2008.

REIS, R. L. R. Benefícios da inclusão digital na vida da pessoa idosa: revisão de literatura. 2017. 23 f., il. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Especialização em Saúde da Pessoa Idosa). Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

SANTIAGO, V. Inclusão digital para comunidade da terceira idade: curso de informática básica. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, n. esp. CBBD, 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/873>

SILVA, J. A. B. Weblogs: múltiplas utilizações e um conceito. In: **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – BH/MG – 2 a 6 set. de 2003.

SILVA, J. L.; MIRANDA, M. V. C. Inclusão digital para idosos no brejo paraibano. **II Congresso Internacional de Educação Inclusiva e II Jornada Chilena Brasileira de Educação Inclusiva**. Campina Grande – PB, 16 a 18 de novembro de 2016. Disponível em: <http://www.cintedi.com.br/2016/>

SILVEIRA, S. A. **Exclusão digital:** a miséria na era da informação. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

TECMUNDO. **A história do YouTube**, a maior plataforma de vídeos do mundo [vídeo]. Por: Nilton Kleina, em 11 de julho de 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>

UNISUL. Projeto de Inclusão Digital forma 15 alunos, 9 de julho de 2018. Disponível em: <<http://hoje.unisul.br/projeto-de-inclusao-digital-forma-15-alunos/>>. Acesso em: 18 jul. 2018.

VERONI, W. **Café na Web** - O que é um vlog? Será que posso ser um vlogger? 6 de julho de 2010. Disponível em: <http://www.cafecomnoticias.com/2010/07/o-que-e-um-vlogsera-que-posso-ser-um.html#.U1EdafldXak>.

VIDEO VIEWERS/PROVOKERS. **Pesquisa Video Viewers**: como os brasileiros estão consumindo vídeos em 2018. Por: Maria Helena Marinho, setembro de 2018. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>

VIVER DE BLOG. **Escreva para a câmera**: como fazer um roteiro rápido e fácil para tornar seus vídeos mais interessantes e engajar sua audiência. Por: Henrique Carvalho, em 31/01/2017. Disponível em: <https://viverdeblog.com/como-fazer-um-roteiro/>

WARSCHAUER, M. **Tecnologia e inclusão social**: A exclusão digital em debate. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. 214 p

YOUTUBE. **O guia de início rápido para o YouTube**. Disponível em: <https://creatoracademy.youtube.com/>

YOUTUBE. **Central de Ajuda do YouTube**. Disponível em: <https://support.google.com/>