**ANIMAÇÃO SOCIOEDUCATIVA NA TERCEIRA IDADE: O CANAL TV iHSénior - UM ESPAÇO WEB TV RESULTANTE DA PRODUÇÃO E REALIZAÇÃO TELEVISIVA NA TERCEIRA IDADE.**

António Guilherme Leal

Luís Miguel Pato

*Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Coimbra*

**Resumo TV iHSénior**

O Canal TV iHSénior é um projeto em desenvolvimento, e resulta da produção e realização de um espaço de Web TV por um grupo de seniores que integram a Escola de Educação Sénior de Coimbra. O trabalho a apresentar tem como objetivo principal descrever uma experiência metodológica inédita. Numa primeira fase o projeto será abordado numa perspetiva da animação socioeducativa e das ciências da comunicação. Numa segunda fase procura-se descrever a metodologia teórico-prática desenvolvida, que vai da aquisição de ferramentas cognitivas presentes em várias disciplinas, à apreensão de conhecimentos e de aplicação prática ao nível da pré-produção e da produção televisiva. Por fim, centramo-nos nos resultados alcançados com recurso à metodologia desenvolvida.

**Palavras-chave:** Envelhecimento Ativo; protagonismo sénior; empreendedorismo; animação socioeducativa; participação ativa; televisão e Web TV.

**Envelhecer, Empreendendo**

A velhice é um estado vivido e percecionado pelos próprios e pelos outros de forma diversa. Para compreender essa diferenciação e experiência interindividual do envelhecimento, será importante segundo Fries (1990), considerar três fatores que contribuem para o processo do envelhecimento: *(i)* A incidência de patologias durante o processo de envelhecimento biológico normal; *(ii)* A interação entre fatores genéticos e ambientais, que desempenham um papel fundamental no fenótipo do envelhecimento; *(iii)* As trajetórias pessoais e circunstâncias socioculturais, ou seja, a maneira particular com que cada pessoa organiza o seu percurso de vida, a partir das suas circunstâncias históricas, culturais e sociais que orientam a aquisição de papéis e de competências sociais associadas às idades. Não obstante a existência de padrões de desenvolvimento e de comportamentos associados a cada idade e género, há ainda que incorporar a estes, outros tantos padrões derivados dos contextos histórico-culturais e sociais nos quais cada grupo etário e de género se desenvolve.

Por estas razões, os conceitos de velhice e de envelhecimento ativo[[1]](#footnote-1) apresentam-se como conceitos relativamente difusos.

Não obstante a perspetiva enunciada pela WHO focar-se na responsabilidade das sociedades e das gerações mais jovens no desenvolvimento de oportunidades que contribuam significativamente para o bem-estar das gerações mais velhas, podemos também considerar o envelhecimento ativo numa perspetiva da pro-atividade de cada um. Ou seja, focarmo-nos também na predisposição física, mental e social de cada um para agir, do qual resulte impactos significativamente positivos sobre o seu estado de bem-estar físico, mental e social, com repercussões positivas ao nível das representações sociais que os próprios e os outros fazem da velhice.

Para o âmbito deste trabalho, ao falarmos de envelhecimento ativo importa situarmo-nos principalmente na dimensão da cidadania ativa e plena após o momento da reforma. Pois não deveria ser novidade que um número significativo de cidadãos maiores de idade, reformados, pudessem abraçar novos desafios, desenvolver e aperfeiçoar expressões artísticas, como a pintura, música, teatro, fotografia e multimédia, etc. São processos com uma função não só de autossatisfação, mas também de comunicação. Em tempos de globalização mediática, em que todos podem ser considerados como recetores e comunicadores ativos, estes desafios servem igualmente como formas de comunicação. São pois pontes de ligação com a sociedade envolvente, na reconfiguração e no restabelecimento de laços sociais e de uma comunicação ativa, percecionados então, como enfraquecidos ou perdidos. Assumir estes desafios, vem reforçar o valor e a robustez atribuídas a essas ligações com a sociedade, como é o caso do projeto *Web TV - Canal iHSénior*.

Seja numa perspetiva empresarial ou meramente social e afetiva, o importante é que toda a experiência empreendedora deve ser percecionada como geradora de impactos positivos quer a nível individual como a nível social.

**Educação, Desenvolvimento e Animação Socioeducativa**

Para os que saem da vida ativa em função do trabalho, a conservação das suas capacidades físicas e intelectuais, bem como a manutenção da sua participação significativa na vida coletiva constitui-se como uma prioridade. Todavia, o acesso a campos de conhecimento e de informação que não estavam ao seu alcance durante a sua vida laboral pelas mais variadas razões, acrescido ainda da oportunidade e da importância de acesso a esses novos campos (uma educação sem fins profissionais), é tanto uma oportunidade pessoal de autorrealização como uma condição necessária para se descobrir a si mesmo e ao seu meio. Este conjunto de aprendizagens e possibilidades, devem transformarem-se em disposições e competências de ação, de adaptação e integração social (Leal, 2015).

Os seniores apresentam efetivamente diferentes necessidades objetivas e imediatas, e a educação associada à disponibilidade de mais tempo, apresenta-se como a oportunidade de autorrealização, ao facilitar o acesso a campos de informação não acessíveis antes, ou o acesso a novos campos de informação (Leal, 2015). A este nível, até o próprio lazer deve e tem que ser tido como um importante contexto educativo, no qual a animação socioeducativa, pode e deve desempenhar um papel deveras importante na construção dos processos facilitadores desse desenvolvimento[[2]](#footnote-2), mas também no envolvimento ativo dos seniores nesse processo.

Ao remetermo-nos para o campo da metodologia da animação, importa perceber como alcançar este desiderato, isto é, como implicar ativamente os seniores no seu próprio processo de desenvolvimento[[3]](#footnote-3), como fazer uso dos seus recursos e aptidões e como capacitá-los em novos domínios do saber e do saber fazer.

**Produzir, Realizar e Editar na Terceira Idade: Pertinência e Possibilidades**

Hoje, é consensual afirmar que vivemos numa “cultura do ecrã”. Falar hoje de TV e de produção de conteúdos para este meio, é abordar um ecossistema cada vez mais mediado cuja mais recente metamorfose, através de dispositivos móveis, configura mais uma multiplicação tecnológica do dispositivo original – o ecrã cinematográfico.

Neste sentido, ao contemplarmos o paradigma digital contemporâneo, podemos afirmar que somos atores numa era em que a tecnologia digital está em plena metamorfose de sistemas. Trata-se de uma realidade em que a ecologia mediática é composta por dispositivos providos de conectividade, mobilidade e ubiquidade que propõem não só uma proximidade inédita entre a sociedade e as propostas mediáticas, como a oportunidade do espetador assumir uma postura participativa. Acerca deste propósito há a necessidade de destacar o papel da TV enquanto meio.

Neste caso, hoje, está-se perante uma proposta digital que se encontra em plena metamorfose de sistemas. É um sistema híbrido que é organizado através de uma complexa teia de sistemas gizada por uma proposta multiplataforma[[4]](#footnote-4). Trata-se de uma ecologia, em que a revolução de estruturas de produção e distribuição faz com que seja possível assistirmos ao desapontar da troca de papéis entre o emissor e o recetor (Cardoso *et al*, 2016).Tradicionalmente, esta dimensão de interatividade, e novidade de possibilidades de consumo está alocada aos mais jovens (Cardoso *et al,* 2016; Cardoso, 2016) este hiato geracional, apresentando-se hoje, através de uma proximidade inédita a estas propostas digitais contemporâneas, como “*players*” plenamente integrados neste ecossistema digital (Anderson & Perrin, 2017). Porém, para compreender esta situação, é imperioso entender que em todas as sociedades avançadas o envelhecimento demográfico é uma variável que está presente em todas as suas dimensões. E como a “*Internet*” é uma realidade virtual que reflete a envolvência física, com a quebra do dividendo digital, será apenas natural que o sénior se apresente como um elemento também ele munido de um papel social ativo. Neste caso a produzir TV. Estamos, por isso, também perante mais um ator do que se define como sendo: a era do “*prosumer*” (seniores que são produtores de conteúdos).

Ao nortear a nossa abordagem pelas ciências da comunicação, é imperioso compreender que independentemente da faixa etária, estamos perante o estabelecimento de uma simbiótica entre o utilizador/público e o dispositivo mediático. Este aspeto é a essência da Teoria dos Usos e Gratificações, de autoria de Katz e Gurevitch (1973) – uma abordagem, de natureza funcionalista, em que a escolha de um determinado meio ou conteúdo é apresentada como sendo resultado da necessidade de cumprir com a satisfação de objetivos e escolhas predeterminadas pelo utilizador/consumidor.

Ao detalhar a TV, como meio de massas, destacam-se necessidades de natureza: cognitiva, afetiva, pessoal, social e de libertação/escapismo de tensões (Rubin, 1983; McQuail, 2010; Katz *et al*, 1973)[[5]](#footnote-5). Com a presença deste meio na “*Internet”,* esta rede impõe-lhe a presença de três princípios chave– comunicação, interação e busca de informação (Choo *et al*, 2000; December 1996). Ou seja, é o processo alcançado na rede que impera no consumo de TV nesta ecologia. Tal aspecto pode ser visto, por exemplo, na busca pelos conteúdos no “*Youtube*”.

Em suma, com a “*Web TV*” diminui-se o papel da TV, como meio social, tornando-o mais dirigido e tematizado de acordo com as vontades do consumidor – uma presença que é obtida pelo utilizador, e que não estava presente tradicionalmente no meio.

**Potencialização da TV através da Web. Um serviço público de média presente na Internet**

Ao falar de “Web -TV’s”, é importante compreender que na rede social dedicada à partilha de produção de vídeo “*YouTube*”, assiste-se ao desapontar da customização não só da emissão, em que o consumidor pode triar a sua dieta mediática, como também a um domínio da produção televisiva num exercício de partilha, por parte do consumidor, que ocorre não só entre os seus pares, como também com as operadoras e produtoras mediáticas.

Em relação a esta proposta de distribuição televisiva na “*Internet*”, à primeira vista, poderíamos ter a tentação de propor que se trata simplesmente de: emitir conteúdos televisivos através da rede. Porém, tal descrição seria vaga, incompleta e simplista porque com o advento do digital, as emissões da grelha televisiva são exigências de cada indivíduo que compõe as audiências que hoje usam a “*Internet*” (Cardoso, 2013).

No caso dos “canais” propostos pela “*Internet*”, é importante compreender que a distribuição é dominada por duas questões relacionadas com a infraestrutura – a necessidade de potencializar a busca e a possibilidade de partilha (Pato, 2012; Bradshaw, 2011). Logo, no caso da TV e dos conteúdos que são disseminados através deste ecossistema, podemos ver que são adaptados ao modelo de distribuição existente. Por isso, neste caso, o espetador tem a possibilidade de adequar o seu consumo não só ao meio, mas fundamentalmente às especificidades da rede.

Daqui, para além do já mencionado potencial tecnológico, para as nossas intenções é importante referir as implicações sociais que surgem. São ferramentas que permitem cumprir com um exercício de cidadania sob a forma da possibilidade de produção e posterior emissão de conteúdos próprios. No fundo, através desta proposta, está-se a falar também de promoção de um “Serviço Público de Média” (SPM) [[6]](#footnote-6).

Ao particularizar as especificidades deste modelo no caso da TV, podemos ver que se tencionava propor um: “fórum global”. Isto é, um espaço que permite a existência de uma partilha de: ideias, práticas sociais, costumes e consequente deliberação acerca dos assuntos de interesse nacional, presentes nos conteúdos televisivos entretanto transmitidos[[7]](#footnote-7). Pretende-se, no fundo, que o meio tenha um papel formativo.

Ao destacarmos a TV e a sua presença na ecologia digital, é-nos possível assistir não só à, já tradicional, ação centralizadora do meio, como também à potenciação de propostas de TV’s, tais como a: TV Paga/TV Cabo, Canais Locais /Hiperlocais e as “*Web TV’s*”, que são munidas de uma programação cada vez mais dirigida às exigências do espetador. São propostas tecnológicas que transformam este meio numa realidade mais personalizável e cómoda. É a era da “Pós Televisão” (Strangelove, 2015)[[8]](#footnote-8).

***O Projeto ‘Canal TV iHSénior’***

No caso deste projeto, trata-se de um canal ainda em desenvolvimento que resulta da pretensão de conseguirmos a produção e realização de um espaço de “*Web TV*” por um grupo de estudantes que integram o programa ‘*Escola de Educação Sénior de Coimbra*’. Trata-se de um projeto mediático, composto essencialmente por conteúdos do género informativo. Neste caso, está-se a falar de entrevistas, realizadas em estúdio, que são dedicadas a temas relacionadas com os interesses dos próprios promotores (os seniores), sendo os próprios, os protagonistas em todo o processo[[9]](#footnote-9).

Ao invocar o enquadramento dos Usos e Gratificações, é importante compreender que a utilização de um qualquer dispositivo mediático segue a necessidade de cumprir com duas intenções fundamentais – trata-se de *‘cumprir com’* uma expetativa “instrumental” e outra “ritualizada” (Rubin, 1982). A diferença entre ambas as propostas está relacionada com uma aplicação utilitária que está presente na primeira proposta. Enquanto a segunda está relacionada com a satisfação de necessidades menos estruturadas – mais aleatória.

Vimos que estamos na era do “*prosumer*”[[10]](#footnote-10). Ou seja, democratizaram-se os processos de produção e, deste modo, propõe-se um campo de interação mediático em que: “agora temos a possibilidade de produzir conteúdos sem ter a obrigatoriedade de sermos profissionais” (Monzoncillo, 2011).

Foi da conjugação destas variáveis, que se implementou o projeto “***Canal*** ***Web TV” “Canal – iHSénior***”[[11]](#footnote-11). A génese desta proposta caracteriza-se pelo cumprimento das seguintes intenções: primeiro, aferimos que em Portugal e até em termos internacionais, a programação acerca de temas relacionados com os seniores é uma realidade praticamente inexistente[[12]](#footnote-12). Constatamos também que estes encaram as inovações tecnológicas com um carácter utilitário (Anderson & Perrin, 2017; Magsamen-Conrad *et al* 2015). Logo, a possibilidade de também desempenharem um papel ativo na produção de conteúdos, é um dado adquirido. E é justamente da relação destes elementos que surge a ideiaque sustenta este projeto **–** alunos seniores da disciplina de televisão, do programa *‘Escola de Educação Sénior’*,a produzir conteúdos televisivos acerca de assuntos relacionados com os interesses e as especificidades da sua faixa etária.

**Metodologia**

Em termos de metodologia, colocamos em prática uma abordagem teórico-prática. Num primeiro momento, através da convergência das ferramentas cognitivas presentes nas disciplinas de: Ciências da Comunicação, Sociologia dos Média, Estudos Televisivos, Filosofia e Multimédia, tentamos impor nos alunos a presença não só de uma base teórica sólida e abrangente, como também um espírito crítico. Deste modo, consideramos que as narrativas presentes nos conteúdos, entretanto produzidos, obedeceriam, ao propósito de prestação de um serviço público que fosse não só original, como edificante em termos de cidadania.

No entanto, não podemos omitir a importância que o domínio das ferramentas de natureza digital têm neste projeto. Para isso, em termos metodológicos, enquadramos esta disciplina na esteira dos estudos acerca de literacia digital. E como se pode ver no *quadro 1*, estamos a implementar onze etapas para apreensão e consequente manipulação de ferramentas mediáticas de natureza digital.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Quadro 1 - Metodologia aplicada na disciplina de TV e no canal iHSénior*** | |
| 1. Contacto | Interação inicial com as ferramentas – enquadramento teórico multidisciplinar e contacto com: câmaras, projetores, equipamento de som, projetores, mesas de mistura de realização, som e iluminação; |
| 2. Performance | Domínio de ferramentas – promoverá, nos alunos, um maior índice de adaptabilidade que poderá resultar em alguns momentos de improviso; |
| 3. Simulação | Ensaios em estúdio – a imitar situações que ocorrem na realidade; |
| 4. Apropriação | Combinar os diversos conhecimentos apreendidos anteriormente a aplicar na prática e nos trabalhos que se estão a desenvolver; |
| 5. “*Multitasking*” | Processo que sintetiza as informações que estão a ser recolhidas e que serão abordadas e tratadas sob a forma de conteúdo televisivo ao longo de todo processo de produção; |
| 6. Cognição distribuída | Produção e reprodução do conhecimento obtido através de sistematizações mentais que cada indivíduo promove; |
| 7. Inteligência coletiva | Trata-se de um momento que ocorre nas fases preliminares à produção de um conteúdo. Neste caso, estamos a falar da fase organizativa da TV – a pré-produção[[13]](#footnote-13); |
| 8. Crítica | Avaliação das fontes mediáticas utilizadas, bem como da adaptabilidade do conteúdo às intenções do conteúdo que está a ser produzido; |
| 9. Navegação pluri-mediática | Obter e seguir informações através de várias propostas mediáticas; |
| 10. “*Networking*” | Busca, poder de síntese e propagação do conteúdo produzido; |
| 11. Negociação | Identificação no seio das dinâmicas sociais de opiniões acerca do conteúdo produzido – criar um espírito crítico. |

Esta abordagem determina a “cultura participativa” que foi indicada anteriormente quando se considerou que os seniores têm a intenção de também serem “*players*” na esfera mediática digital que impera. Para além do facto, de existir a necessidade de adaptação à ecologia digital, há ainda a necessidade de ressalvar as diferentes dinâmicas de apreensão de conhecimentos que estão presentes nos alunos. Ou seja, trata-se de uma resposta às diferenças de perceções individuais presentes em cada aluno. Logo, neste caso, considerou-se que seria imperioso definir um quadro teórico robusto.

Para isso, num primeiro momento, optou-se por diversas escolas e géneros provenientes do cinema internacional[[14]](#footnote-14). Deste modo, e tal como propõe Cardoso *et. al*, (2013), é-nos possível impor uma relação formativa com intenções fortemente empíricas. Trata-se pois de um resultado que não é apenas num fenómeno televisivo, mas essencialmente uma renovação de abordagens que relaciona duas dimensões: a da educação enquanto meio, e a da literacia mediática enquanto um fim, que se reconfiguram como uma proposta mediática. Por isso, podemos ver que se trata de um conteúdo televisivo inovador que é essencialmente resultante da identificação da importância da centralidade do indivíduo como produtor de conteúdos – que não representam meras impressões pessoais do seu meio envolvente, mas uma tentativa de produzir um espaço (canal) sustentado num projeto inédito e com assuntos tematizados (e dirigidos).

À luz deste enquadramento metodológico, este projeto está dividido em quatro fases[[15]](#footnote-15). No entanto, antes de versar acerca das particularidades deste enquadramento metodológico, é importante compreender que em termos de aplicação de estudos televisivos, este projeto aplica, nas suas dinâmicas de produção de TV, a já tradicional disposição de fases de produção presentes na TV tradicional, bem como, em projetos semelhantes ao canal – iHSénior, que estão presentes na “*Internet*”. Estamos a falar da “pré-produção”, “produção” e “pós-produção” televisiva[[16]](#footnote-16). Cada uma destas fases, tem a duração de dois a quatro semestres, sendo que as tarefas que lhes são inerentes: como a preparação das entrevistas, os vários momentos da produção, recolha de imagem, realização, iluminação e cenografia, são da exclusiva responsabilidade dos estudantes seniores. A pós-produção tem estado nesta fase experimental do projeto sob a responsabilidade do docente. Entretanto, iniciámos no final do ano de 2017, o processo de apreensão de conhecimentos de edição. Prevemos que tenha uma duração temporal semelhante às fases anteriores, porém este assunto será abordado de uma forma mais pormenorizada quando abordarmos a *fase 4 - edição e pós-produção*.

*Fase 1 – Momento Teórico:*

|  |  |
| --- | --- |
| Objetivo da aprendizagem da fase 1: | Enquadramento Multidisciplinar - Ciências da Comunicação, Sociologia dos Média, Estudos Televisivos, Filosofia e Multimédia. |
| Duração da fase | Três semestres |

Quando se aborda um meio de massas, como a TV, existem implicações não só culturais, mas fundamentalmente sociais. Por isso, é importante explorar diversas trajetórias não só práticas, mas especialmente teóricas, num trabalho prospetivo que visa identificar as diversas tendências e hábitos de consumo presentes em cada indivíduo.

Neste caso, ao fundamentarmos a nossa abordagem à luz dos estudos televisivos e nas ciências da comunicação, concluímos por um lado, que apesar da TV estar em mutação, este meio nas suas diversas configurações, desempenha ainda uma centralidade histórica. Neste sentido, sentimos a necessidade de abordar duas linhas teóricas: por um lado, compreender o meio televisivo e a importância que ainda representa em termos sociais, culturais e históricos; por outro, analisar à luz das ciências da comunicação, a perspetiva utilitária que cada elemento da turma dava a este meio. Para isso, na componente de organização, optou-se pelos estudos televisivos. Assim, relativamente aos estudantes que posteriormente vieram a compor as equipas de produção, a compreensão de elementos relacionados não só com o consumo, mas sobretudo com as práticas de consumo televisivo, revelaram-se fundamentais para a criação de um acervo de conteúdos, o que representa um elemento essencial para quem tenciona produzir TV. Para isso, optou-se pela edificação de abordagens balizadas na teoria dos *‘Usos e Gratificações’,* obtidas pelos alunos em dois domínios: enquanto consumidores de conteúdos e na compreensão da multiplicidade técnica que sustenta o médium.

No que a edificação narratológica concerne, optámos por criar um acervo linguístico (baseado em inúmeros exemplos de justaposição de planos) que foi sustentado, durante três semestres, sob a análise exaustiva e crítica de múltiplas amostras provenientes de diversas obras cinematográficas e de TV. Por fim, elegemos o estudo de ferramentas multimédia narratológicas, de uma forma exaustiva, de modo a quebrar alguma taxa de info-exclusão que pudesse vir a verificar-se nos alunos, e desenvolver um manancial de soluções metalinguísticas essenciais para a produção de conteúdos televisivos. Neste momento, sendo mais teórico, as dificuldades apresentadas pelos alunos foram mínimas.

|  |  |
| --- | --- |
| Objetivos das aprendizagens das fases 2 e 3 | * Ferramentas: Câmaras, projetores, equipamento de som, projetores, mesas de mistura de realização, ilhas de edição, som e iluminação * Realização de entrevistas em estúdio. Neste momento é imperioso o domínio das ferramentas teórico-práticas apresentadas nos momentos anteriores. |
| Duração das fases | Quatro semestres |

*Fase 2 e 3 – aquisição de ferramentas práticas & aplicação prática:*

Metodologicamente, estas duas fases foram compostas por trabalho prático, entenda-se, ensaio em estúdio no qual convergem dois momentos de Metodologia de Ação: o da apropriação das ferramentas e produção televisiva. No que respeita às dinâmicas de grupo, os alunos foram divididos em equipas de produção: 1 Entrevistador/a; 1 Realizador; 3 Operadores de Câmara e 1 Misturador de Imagem.

Estas fases de natureza empírica, foram e são ainda desenvolvidas no estúdio da ESEC TV, abarcando quatro semestres, com registo de entrevistas televisivas a especialistas acerca de temáticas relacionadas com os seniores. Em termos de apreensão de conteúdos, devido ao carácter empírico presente nas tarefas desenvolvidas, e à imperiosa necessidade de domínio de câmaras, mesas de mistura de som, realização e iluminação, os alunos já apresentaram algumas dificuldades. No entanto, à medida que se ultrapassaram os diversos momentos, estas dificuldades foram sendo ultrapassadas com sucesso pelos alunos.

|  |  |
| --- | --- |
| Objetivo da aprendizagem da fase 4 | Edição das entrevistas realizadas em estúdio.  É o momento de edificação narratológica que comunga todos momentos anteriormente abordados. |
| Duração da fase | Dois semestres |

*Fase 4 - Edição/Pós-produção:*

Esta fase, com a duração de dois semestres, caracteriza-se pela apreensão de conhecimentos relacionados com a edição. Para isso, numa fase inicial optou-se por abordar assuntos relacionados com a arte milenar de edificação narratológica. Falou-se, por exemplo, da teoria da “Fuga do Herói” – de Dunbar *et. al*., (2004)[[17]](#footnote-17). Abordámos ainda estudos cinematográficos, analisando excertos de filmes, considerados referenciais[[18]](#footnote-18).

Devido ao género informático que temos estado a produzir – *a entrevista*, observámos e dissecámos em planos, inúmeros conteúdos televisivos de natureza similar. Em termos de ferramenta, optámos pelo *“Final Cut X” da “Apple”.* Em relação a esta escolha, constatamos que os alunos têm apresentado dificuldades relacionadas com o sistema operativo (“da Apple”) em que este software funciona.

Em suma, desde a apresentação do projeto, em outubro de 2017, o “Canal TV iHSénior” é atualmente um canal no “*YouTube*” que é composto por oito entrevistas e dois vídeos autopromocionais. Em termos de visualizações regista aproximadamente 978 visualizações.

**Considerações finais**

Neste trabalho que acabamos de apresentar, importa sobretudo reter alguns aspetos que consideramos essenciais, a saber: (*i)* o envelhecimento não se processa de igual forma para todos os indivíduos, diferentes fatores determinam a existência de diferentes padrões de envelhecimento. Estamos mais corretos falando de *velhices* do que de velhice; *(ii)* da sua pertinência social ao nível do envelhecimento ativo e bem-sucedido, não na perspetiva de prescrevemos um conjunto de atividades de cariz meramente terapêutico e de manutenção, conservação e estimulação de capacidades físicas, cognitivas e sociais básicas, mas de atividades ou ações avançadas que exigem aprendizagens técnicas com um grau de complexidade e exigência considerável; *(iii)* do empreendedorismo sénior, enquanto realidade descurada sobretudo por aqueles agentes que se propõem a promover um envelhecimento ativo; *(iv)* mas também do mencionado potencial tecnológico e as implicações sociais, que surgem perante a possibilidade de qualquer utilizador hoje (incluindo os seniores), ter ao seu dispor ferramentas que lhe permitem cumprir com um exercício de cidadania sob a forma de possibilidades de produção e posterior emissão de conteúdos próprios; *(v)* e por fim, o papel da animação socioeducativa, enquanto processo metodológico capaz de tornar o grupo e cada um dos seus membros, no centro do processo, levando-os a apropriarem-se progressivamente dos meios e dos recursos disponíveis, transformando-os nos protagonistas do processo de capacitação e desenvolvimento, mas também coautores no processo de criação e produção[[19]](#footnote-19).

**Referências Bibliográficas**

Alvarez – Monzoncillo, J. (2011). *Watching the Internet – the future of TV*. Lisboa: Media XXI.

Banerjee, I and Seneviratne, K. (Ed.). (2005). *Public Service Broadcasting: A best practices sourcebook*. Unesco: AMIC.

Bradshaw, P. (2011). Data journalism survey: A mixed picture. *Erişim Tarihi*, *21*, 2017.

Cardoso, G., Magno, C., Soares T., Crespo, M. (2016). *Modelos de Negócio e Comunicação Social – Legacy Media Novos Media “Telcos” Start – Ups Jornalísticas*. Lisboa: Edições Almedina.

Cardoso, G. (Coord.). (2016). *Anuário de Comunicação* 2015–2016. Observatório de Comunicação

Cardoso, G. (Coord.). (2013). *A sociedade dos ecrãs*. Lisboa: Tinta da China.

Chalaby, J. K. (2002). Transnational television in Europe: The role of pan-European channels. *European Journal of Communication*, *17*(2), 183-203.

Choo, C. W., Detlor, B. & Turnbull, D. (2000). *Web Work: Information Seeking and Knowledge Work on the World Wide Web.* Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.

Cotanda, Rafael e Aranda, Rosa (Coord.) et al. (2003). *La Construcción de procesos formativos en education no formal*. Madrid: Narcea.

December, J. (1996). Units of analysis for Internet communication. *Journal of communication*, *46*(1),14-38.

Dunbar, D., and Garbowski, C. (2004). Hollywood’s Transformed Hero: A Countercultural Journey. *The Journal of* *Religion and Popular Culture, Vol. 6: Spring*.

Fries, J. (1990). Medical perspectives on successful ageing. In P. Baltes e M. Baltes (Eds.), *Successful ageing*. Cambridge: Cambridge University Press.

Katz, E., Gurevitch, M. and Haas, H. (1973). On the use of mass media for important things. American Sociological Review, 38. 164-181.

Jenkins, H. (2009). *Convergence Culture*. New York: University Press.

Leal, António (2015). *Gerontologia Educativa e Animação Socioeducativa na Terceira Idade: O Projecto IHSénior* (Trabalho apresentado para a atribuição do título de especialista em Trabalho Social e Orientação, no domínio da Gerontologia Educativa e Animação Socioeducativa). Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal.

Li, Nai-Se. (2013). *Gratification obtained from television shows on Internet TV and conventional TV*. (Master dissertation). Iowa: Iowa State University, Graduate Theses and Dissertations.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage.

Magsamen-Conrad, K., Dowd, J., Abuljadail, M., Alsulaiman, S., & Shareefi, A. (2015). Life-Span Differences in the Uses and Gratifications of Tablets: Implications for Older Adults, in *Computers in Human Behavior*, *52*, 96–106.

Mauritti, Rosário, (2004). Padrões de vida na velhice. *Análise social.* Volume XXXIX (171), pp. 339-363.

Papacharissi, Z., and Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of broadcasting & electronic media*, *44*(2), 175-196.

Pato, L. M. (2012). *Técnicas de Produção Televisiva na Migração para o Digital*. Coimbra: Gracio Editor

[Anderson](http://www.pewresearch.org/staff/monica-anderson/), M. and  [Perrin](http://www.pewinternet.org/author/aperrin/), A (2017, May 17). Tech Adoption Climbs among older Adults. *PEW Researche Center.*

Rubin, A. M., and Rubin, R. B. (1982). Older Persons' TV Viewing Patterns and Motivations. *Communication Research--An International Quarterly*, *9*(2), 287-313.

Souza, Simara Maria; Greco, Silveira (Coordenação) *et al*. (2017). *Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: 2016*. Curitiba: IBQP.

Williams, R. (1990). *Television: technology and cultural form*. *London: Routledge*.

World Health Organization. (2002). Active Ageing, A Policy Framework. A contribution of the WHO to the Second United Nations World Assembly on Ageing. Madrid, Spain: WHO.

1. A Organização Mundial da Saúde (WHO), define Envelhecimento Ativo como «o processo de optimização das oportunidades para a saúde, participação e segurança, para melhorar a qualidade de vida das pessoas à medida que envelhecem, num quadro de solidariedade entre gerações.» (WHO, 2002). [↑](#footnote-ref-1)
2. Construção de processos geradores de aprendizagens significativas no quadro das possibilidades, dos interesses e das expetativas individuais. [↑](#footnote-ref-2)
3. Numa perspetiva da animação socioeducativa, importa perceber à partida que todas as pessoas independentemente da idade, têm capacidade de aprender aquilo que consideram pertinente. Por outro lado, importa igualmente perceber que essas aprendizagens devem resultar de uma construção coletiva orientada a partir da prática, em que a função de formador, é também exercida e compartilhada pelas diferentes pessoas do coletivo, numa lógica colaborativa em função dos seus recursos de base, da sua experiência, interesse e momento de aprendizagem em que se encontram (Contanda & Aranda, 2003). [↑](#footnote-ref-3)
4. Veja-se os casos do “*Youtube*”, do “*Vimeo*” e mais recentemente o “*Netflix*”. [↑](#footnote-ref-4)
5. Nesta abordagem, podemos ver que se entende por necessidades “cognitivas” - a aquisição de informação e conhecimentos; “afetivas” – satisfação emocional; “pessoais” - assuntos relacionados com credibilidade; sociais – proporcionar interação social; “libertação/escapismo de tensões” - consumo de conteúdos de entretenimento Posteriormente, Katz *et al*, (1973) propõem que se acrescentem: entretenimento, informação e transmissão de valores culturais a estas necessidades. Neste caso, podemos também invocar as teorias de Raymond Williams (1990) acerca de: “privatização móvel” (“*mobile privitization”*) que resulta da potência tecnológica do meio que promove a ligação entre duas realidades aparentemente distintas – a emancipação da mobilidade do indivíduo (a possibilidade de ver TV mesmo estando em lugares distantes) e a privatização do lar (o facto de cada espectador ter a possibilidade de individualizar a programação). A ligação destas duas dimensões ecoa a possibilidade do indivíduo se deslocar aos mais distantes pontos do planeta sem que seja obrigado a sair do lar.

   [↑](#footnote-ref-5)
6. De acordo com a UNESCO, o serviço público de TV deve propor conteúdos que apresentem: uma emissão de qualidade; propostas mediáticas que possam ser avaliadas tanto pelo público como por quem está a regulamentar; uma plataforma para debate e consequente deliberação e uma programação que transmita valores identitários e culturais exclusivos ao país responsável pelo serviço. Mais informações disponíveis em: Banerjee, I and Seneviratne, K. (Ed.). (2005).  [↑](#footnote-ref-6)
7. Como exemplo deste tipo de distribuição, destacamos a RTP e a BBC (“*British Broadcasting Corporation*”). Acerca destas propostas, convirá referir que para além de abordar a agenda noticiosa do país de origem, falam também de assuntos referentes ao país de acolhimento. Esta opção editorial é o que Chalaby (2002) define como: “localização”. Trata-se de uma teoria que considera que uma promoção de assuntos provenientes da agenda local resultará inevitavelmente numa melhor integração das diásporas estrangeiras. Deste modo, diminui-se os hiatos culturais e fomenta-se a existência de uma cidadania verdadeiramente de cariz global. [↑](#footnote-ref-7)
8. Trata-se de um momento em que a multiplicidade de padrões de consumo e de interação que corresponde à constante mutação de interfaces e de suportes de acesso. [↑](#footnote-ref-8)
9. Tradicionalmente, a entrevista é um dos géneros mais nobres e tradicionais da informação. Trata-se de um exercício que passa por estabelecer um diálogo entre o autor e o leitor. No entanto, independentemente desta ideia genérica, é importante compreender que estes elementos não são caracterizados por limitações rígidas. Porque, tal como ocorre na sociedade, também aqui existe uma hibridez recorrente que advém do uso, em simultâneo, de várias abordagens noticiosas. Aliás, não será, neste momento, despropositado afirmar que é a partir da sobreposição e da ação individualizadora de cada uma destes elementos mediáticos que se cria uma reportagem. Conceptualmente, são conteúdos noticiosos norteados por uma (ou várias) pergunta(s) de partida e por uma recolha de conteúdos a partir de diversas fontes que são posteriormente organizadas através de uma narrativa; uma conversa que é mediada e apresentada ao público em direto ou posteriormente. [↑](#footnote-ref-9)
10. Mais informações acerca deste assunto presentes em - Papacharissi e Rubin, 2000; Rubin, 1982. [↑](#footnote-ref-10)
11. Disponível no em: <https://www.youtube.com/channel/UCVi9isWk89UoGdJ3noishEQ?view_as=subscriber>. E no rede social “*Facebook*” em: <https://www.facebook.com/canalihsenior/>. [↑](#footnote-ref-11)
12. A programação que existe é residual e resume-se a pequenos excertos presentes em programas de âmbito cultural, de saúde e de turismo. [↑](#footnote-ref-12)
13. Este assunto será abordado posteriormente. [↑](#footnote-ref-13)
14. Tais como: Construtivismo Russo (a obra de Serguei Eisenstein); “Nouvelle Vague” (Jean Luc Goddard); “Westerns” (John Ford); “Spaghetti Westerns” (Sérgio Leone); “Thriller” (Alfred Hitchcock). Para além destas propostas, assistimos e analisamos detalhadamente a obra cinematográfica de Stanley Kubrick; Steven Spielberg; Terrance Malick e Brian de Palma. [↑](#footnote-ref-14)
15. Cada fase apresentada constitui uma dimensão específica de aprendizagem. Com a exceção da 4ª fase, as restantes fases não foram trabalhadas de forma estanque e sequencial. Foram intercaladas umas com as outras em função das necessidades de cada momento. A dinâmica da formação e a especificidade de cada grupo, exige uma circulação e deambulação pelas diferentes dimensões da aprendizagem. A 4ª Fase, iniciada no segundo semestre do ano lectivo de 2017-2018, sendo uma fase mais avançada em todo o processo de produção de TV, foi possível só após o desenvolvimento das 3 fases anteriores. [↑](#footnote-ref-15)
16. A primeira fase, diz respeito ao momento de organização da multiplicidade de elementos que compõem a realização de um conteúdo televisivo. Já a segunda, está relacionada com a execução da recolha de elementos que já estavam previamente predeterminados. Por fim, o último momento, diz respeito à edição das imagens recolhidas na fase anterior (Pato, 2012). [↑](#footnote-ref-16)
17. Acerca deste propósito também se pode referenciar a teoria de conceptualização narrativa que ficou conhecida como a “A Fuga do Herói”. De acordo com Dunbar, D., and Garbowski, C. (2004) – que se fundamentou muito nas investigações de Campbell – o “herói” tem que viver uma aventura dividida nas cinco fases que passaremos a enunciar: 1) Nasce em condições excecionais; 2) Sente um apelo ou é convidado para viver uma aventura épica que não conseguirá resistir. No decurso da narrativa encontra auxílio em amigos que irão ajudar na sua demanda; 3) Vive o clímax da aventura onde consegue a almejada vitória; 4) Após este último elemento o “herói” inicia o seu regresso; 5) Retorno à origem como uma pessoa diferente daquela que partiu para viver o apelo que lhe foi endereçado. [↑](#footnote-ref-17)
18. Como por exemplo – *“O Couraçado Potemkin” (1925) de Serguei Eisenstein, “M” de Fritz Lang (1931), “Citizen Kane” (1941) de Orson Welles, “Acossado” (1960) de Jean – Luc Godard, “O Bom, o Mau e o Vilão” (1966), “Era uma Vez no Oeste” (1968) e o “Era uma Vez na América” (1984) de Sergio Leone.* [↑](#footnote-ref-18)
19. No exemplo do Canal de TV iHSénior, na perspetiva metodológica da Animação sociocultural e socioeducativa, e não obstante a importância e a qualidade dos produtos realizados, o aspeto principal reside no fato dos séniores serem aqui os próprios produtores dos conteúdos apresentados. [↑](#footnote-ref-19)