

**CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO**  
**MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS**

**OS IDOSOS E AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS**

**Orientando: Thiago Henrique Campos**

**Orientador: Prof. Dr. Carlos Pereira Gonçalves**

**RESUMO**

O propósito principal deste artigo é apresentar uma análise sobre os idosos que transitam no ambiente virtual, conforme trabalho de campo e dados secundários levantados ao longo do processo de Iniciação Científica. Figuram ainda como objetivos elementares deste trabalho, identificar as dificuldades e as demandas destes idosos no âmbito das mídias sociais digitais. Para nortear esta busca, foram essenciais os estudos teóricos sobre a hipermodernidade e a sociedade conectada em rede de Gilles Lipovetsky e Manuel Castells, respectivamente. Ao utilizar o termo *idoso* recorreu-se às definições da Organização Mundial da Saúde – OMS e do Estatuto do Idoso. Com o objetivo de expor uma visão ampla de quem são os *novos velhos*, foram comparados os dados mais recentes dos institutos oficiais de censo no Brasil, Estados Unidos e Europa. Mirando o cenário brasileiro, foi conduzida uma pesquisa quantitativa, com a participação de 419 pessoas de 60 ou mais de idade. Constata-se nesta, que o idoso que acessa à internet e às mídias sociais é um *heavy user*, já que mais de 90% deles se comunicam e interagem diariamente em redes como Whatsapp e Facebook. Nas entrevistas de profundidade, outra base da presente pesquisa, foi possível destacar a seletividade com que estes idosos acessam conteúdos nas mídias sociais, como também a ausência de grandes dificuldades no uso destas novas tecnologias, contrariando assim, o senso comum. Apurou-se deste estudo, a existência de uma vasta lacuna no que tange à senioridade digital, a ser preenchida por estudiosos e profissionais de mídias sociais, e a necessidade de pensarmos na construção de pontes entre as gerações por meio destas tecnologias.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídias sociais. Idosos. Hipermodernidade. Senioridade digital.

**ABSTRACT**

The main purpose of this article is to present an analysis about the elderly that transit in the virtual environment according to fieldwork and secondary data collected during the process of Scientific Initiation. The main objectives of this work are to identify the difficulties and the demands of these elderly people in the scope of digital social media. To guide this search, the theoretical studies on hypermodernity and the networked society of Gilles Lipovetsky and Manuel Castells, respectively, were essential. By using the term "elderly" we resorted to the definitions of the World Health Organization - WHO and the Elderly Statute. In order to present a broad view of who the "new old people's" are, the

most recent data from the official census institutes in Brazil, the United States and Europe were compared. Looking at the Brazilian scenario, a quantitative survey was conducted with the participation of 419 people aged 60 or over. It is observed in this that the elderly people who accesses the internet and the social media is a heavy user, since more than 90% of them communicate and interact daily in networks like Whatsapp and Facebook. And in-depth interviews, another basis of the present research, it was possible to highlight the selectivity with which these elderly people access contents in social media, as well as the absence of major difficulties in the use of these new technologies, thus counteracting common sense. This study revealed the existence of a vast gap regarding the digital seniority to be filled by scholars and professionals of social media and the need to think about the construction of bridges between generations through these technologies.

**KEYWORDS:** Social media. Elderly. Hypermodernity. Digital seniority.

## INTRODUÇÃO

O propósito deste estudo é entender o comportamento dos idosos nas mídias sociais, procurando destacar o impacto desta tecnologia em suas vidas. Figura como intento basilar deste trabalho identificar suas dificuldades e demandas nestes ambientes virtuais, cooperando, assim, no processo de consolidação de uma *senioridade digital*.

Destarte, torna-se inevitável recorrer a fundamentos teóricos de caráter multidisciplinar que transitam nos campos da sociologia, filosofia e comunicação. As informações geradas no processo de pesquisa estão ancoradas em conceitos elaborados por Manuel Castells (2003, 2016) de uma *sociedade conectada em rede* por meio da internet. Por sua vez, Gilles Lipovetsky (2015, 2016) se faz essencial para a compreensão da crescente busca deste *novo velho* por longevidade, sob a perspectiva da *hipermodernidade*. E, para assimilar seu comportamento quanto ao consumo de mídia, este artigo discute o conceito de *convergência* de Henry Jenkins (2009).

No Brasil, idosos são os cidadãos com idade igual ou superior a 60 anos. Esta é uma definição dada pela Lei N.10.741, de 1 de outubro de 2003, que dispõe sobre o Estatuto do Idoso (BRASIL, 2003). Tal classificação etária é utilizada oficialmente pelas instituições brasileiras na promoção dos direitos desta população e serve como referência para qualquer pesquisa realizada neste âmbito.<sup>1</sup> Segundo a Organização Mundial da Saúde (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2002), os países mais desenvolvidos adotam a idade cronológica de 65 anos ou mais na definição de idoso. No entanto, a

---

<sup>1</sup> Faz-se, por vezes, confusão com a idade mínima para o homem ter direito a aposentadoria por idade no Regime Geral de Previdência Social – RGPS, estabelecida a partir de 65 anos.

Organização das Nações Unidas (ONU), levando em consideração as condições dos demais países, coloca uma linha de corte a partir dos 60 anos de idade. Contudo, quando um trabalho ousa dar significado ao que vem a ser uma *senioridade digital*, que é um dos objetos secundários deste estudo, é primordial reconhecer que o *novo velho* não pode ser identificado em meras faixas etárias. Em tempos hipermodernos, *as identidades são voláteis*, e, por esta razão, este trabalho também persegue o entendimento de Stuart Hall (2015) sobre o assunto.

Um dos pilares que justificam a diligência deste artigo em explorar os caminhos da *senioridade digital* é o perfil demográfico da terceira idade. Trata-se de números significativos e em franco crescimento, os quais carecem de uma análise direcionada ao campo das mídias sociais digitais, o que será feito por meio de diagnósticos e projeções. Dar-se-á seguimento ao estudo com o desenvolvimento de uma pesquisa quantitativa, em uma amostragem não probabilística (com 419 pessoas), que tem por motivação atualizar e trazer à realidade brasileira os dados globais analisados no âmbito dos censos de anos anteriores. Outro pilar de sustentação deste trabalho foi concretizado por meio de entrevistas em profundidade conduzidas junto a 10 idosos de diferentes capitais culturais, rendas, faixas etárias e gêneros.

A contribuição que este artigo pretende levar para aqueles que estudam o *novo velho* está nas comprovações que visam a desconstruir concepções de senso comum na sociedade brasileira sobre os idosos. E talvez a sua meta mais ousada seja fomentar ações que tenham como fim a construção de pontes entre as gerações por meio das novas tecnologias. Para isto, cabe a este estudo evidenciar, aos acadêmicos e profissionais que atuam na comunicação digital, a importância e o potencial deste tema do ponto de vista social e mercadológico.

## **DADOS ESTATÍSTICOS DA TERCEIRA IDADE (BRASIL, EUA E EUROPA)**

Em 2001, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), existiam ao redor de 15 milhões de pessoas acima de 60 anos, representando apenas 9% da população brasileira. Em 2015, esta faixa etária já representava mais de 14%, ultrapassando os 28 milhões de pessoas (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2001, 2015). Neste curto espaço de tempo, 2001-2015, o destaque é o crescimento exponencial de 85% da população de idosos fazendo frente aos meros 16% quando se trata do aumento da população geral no Brasil. Os Censos Demográficos 1940-2010 e a

Projeção do Brasil por Sexo e Idade 2000-2060, ambos fornecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apontam que em 1940 os idosos eram aproximadamente 4% de todos os brasileiros. A estimativa é de que em 2050 eles constituam quase 30% da população (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2016).

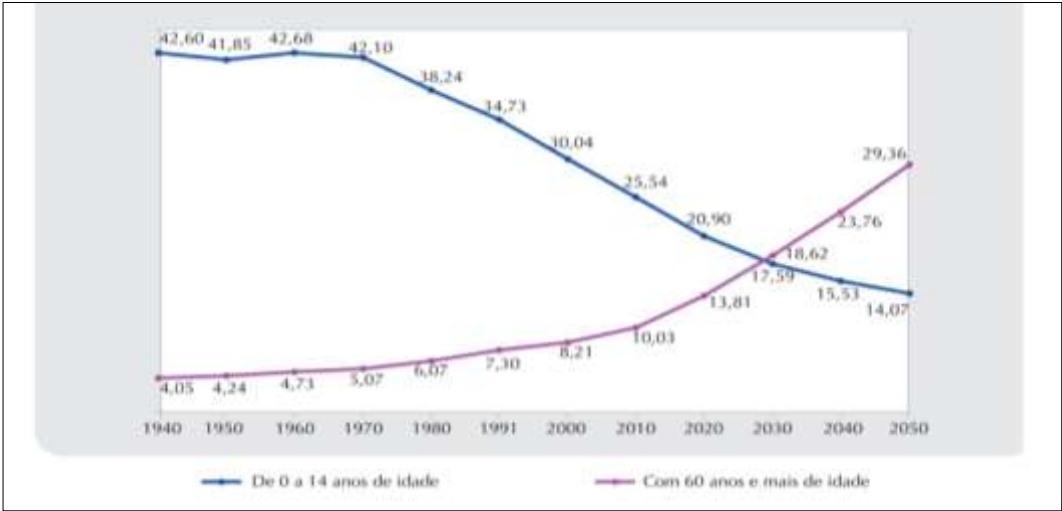
Ao longo dos anos, à medida que a faixa etária de pessoas acima de 60 anos crescia, a de crianças e adolescentes (de 0 a 14 anos) diminuía no mesmo ritmo. Em pouco mais de uma década, estes estarão, pela primeira vez na história do Brasil, em menor número e continuarão a diminuir enquanto assistiremos os idosos em ascendência, conforme observa-se na tabela 1 e gráfico 1.

Tabela 1. Projeção da população brasileira por faixa etária (1940-2050).

Ano	População residente						
	Total				Proporção (%)		
	Total	De 0 a 14 anos	De 15 a 59 anos	De 60 anos e mais	De 0 a 14 anos	De 15 a 59 anos	De 60 anos e mais
1940	41 132 884	17 523 641	21 942 119	1 667 124	42,60	53,34	4,05
1950	51 784 603	21 670 246	27 916 906	2 197 451	41,85	53,91	4,24
1960	69 957 865	29 854 870	36 790 575	3 312 420	42,68	52,59	4,73
1970	92 955 059	39 130 433	49 108 418	4 716 208	42,10	52,83	5,07
1980	118 874 665	45 460 763	66 197 885	7 216 017	38,24	55,69	6,07
1991	146 825 475	50 988 432	85 114 338	10 722 705	34,73	57,97	7,30
2000	173 448 346	52 107 064	107 105 551	14 235 731	30,04	61,75	8,21
2010	195 497 797	49 934 121	125 961 822	19 601 854	25,54	64,43	10,03
2020	212 077 375	44 315 024	138 471 689	29 290 662	20,90	65,29	13,81
2030	223 126 917	39 256 945	142 328 209	41 541 763	17,59	63,79	18,62
2040	228 153 204	35 441 110	138 507 200	54 204 894	15,53	60,71	23,76
2050	226 347 688	31 849 189	128 040 929	66 457 570	14,07	56,57	29,36

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 1940/2010 e Projeção da População do Brasil por Sexo e Idade 2000-2060.

Gráfico 1. Evolução comparativa entre Idosos e Jovens - Brasil - 1940/2050.



Fonte: IBGE, Censo Demográfico 1940/2010 e Projeção da População do Brasil por Sexo e Idade 2000-2060.

Esta tendência de crescimento da população mais velha e o encolhimento das faixas etárias mais jovens não são um fenômeno exclusivamente brasileiro, tampouco um evento novo. Nos Estados Unidos, de acordo com o *United States Census Bureau*, o número de pessoas com 65 anos ou mais saltou de quase 35 milhões em 2000 para cerca de 40 milhões em 2010. No mesmo período, a população abaixo de 18 anos de idade foi de pouco mais de 72 milhões para 74 milhões – um aumento de 15% de idosos contra quase 3% dos mais jovens (UNITED STATES CENSUS BUREAU, 2011).

Outro ponto convergente entre dados americanos e brasileiros é a composição populacional projetada. Em 2015, os americanos com mais de 65 anos de idade equivaliam a cerca de 15% da população, ao mesmo tempo que jovens com menos de 18 anos correspondiam a quase 23%. Estima-se que em 2035 os idosos representem mais de 21%, enquanto os jovens, 20%. Já em 2050, esta diferença confirmará a tendência de disparidade entre estas faixas etárias, com os idosos norte-americanos somando 22% e os mais jovens, 20% (UNITED STATES CENSUS BUREAU, 2014).

Em 2005, o número de cidadãos com mais de 65 anos constituía cerca de 16,6% da população europeia, ultrapassando aqueles com idades entre 0 e 14 anos, que, à época, eram 16,3%. Ou seja, cerca de três décadas antes do Brasil e dos Estados Unidos, o idoso do Velho Mundo já confirmava sua ascensão sobre os mais jovens (EUROSTAT, 2016). Na União Europeia, de acordo as estatísticas levantadas por meio do *Eurostat*<sup>2</sup>, em 2015 os idosos somavam quase 96 milhões de pessoas, representando praticamente 19% de sua população absoluta. E para 2050 estima-se que este número ultrapasse os 150 milhões, atingindo, assim, pouco mais de 28% (EUROSTAT, 2017).

Tabela 2. Proporção dos Idosos (Brasil, EUA e União Europeia) em projeção 2015-2050.

Proporção da população idosa*		
Região / Ano	2015	2050
Brasil	14%	30%

<sup>2</sup> O *Eurostat* é o órgão oficial da União Europeia responsável pela consolidação de todos os dados estatísticos que abrange 28 países. Criado em 1953, traz dados de projeções unificadas apenas de 2005 em diante e, por esta razão, não traçamos um histórico remontando ao século XX como fora feito com o Brasil.

<b>EUA</b>	15%	22%
<b>União Europeia</b>	19%	28%
*Considerando acima de 60 anos para o Brasil e acima de 65 anos para EUA e União Europeia.		
Fontes: IBGE, US Census Bureau, Eurostat.		

## ACESSO À INTERNET

Para que um estudo orientado a estabelecer as relações entre o idoso e as mídias sociais tenha êxito, é indispensável indicar os níveis de acesso que estes cidadãos tem à internet. Assim, torna-se plausível eleger uma fonte com elevado *know-how* em tecnologia. Em 2016, o *Consumer Barometer with Google*, ferramenta que fornece dados obtidos em tempo real, indicava que 26% dos brasileiros com mais de 55 anos de idade tinham acesso à internet. Este percentual subia para 89% dentre aqueles com menos de 25 anos. No mesmo período, 61% dos norte-americanos com mais de 55 anos contavam com este acesso, frente a 96% daqueles com menos de 25 anos. Já no Reino Unido, para termos uma pequena extração do cenário europeu, 61% das pessoas com mais de 55 anos tinham acesso à internet e quase 100% dos jovens britânicos dispunham deste acesso (GOOGLE INC., 2017).

## CONSUMO DAS MÍDIAS SOCIAIS POR PARTE DOS IDOSOS

### PESQUISA QUANTITATIVA

De abril a julho de 2017, a pesquisa foi vinculada por meio do sistema de questionários da Google para apoiar a análise do presente estudo. Participaram, respondendo às perguntas, 419 pessoas com mais de 60 anos, exclusivamente por meio da internet. O questionário foi divulgado principalmente no Facebook, como também mediante redes de contatos no Whatsapp, vinculação em sites e envio de e-mails. Em seu preâmbulo, foi inserida uma pergunta para filtrar e colher apenas respostas daqueles que tinham mais de 60 anos. Para que houvesse fluidez, as perguntas foram divididas nas seções: hábitos e usos da internet, capital cultural (acesso tradicional e digital), trabalho, redes sociais e perfil do entrevistado. No total, cada pessoa respondeu, anonimamente, a 42 perguntas, sendo a maior parte fechada de múltipla escolha.

Do conjunto de participantes da pesquisa, mais da metade (56%) estão na faixa etária entre 60 e 65 anos. E, se somados, aqueles que têm entre 66 e 70 (29%) representam 85% do total, o que aponta para o entendimento de que os idosos que utilizam a internet estão, em sua maioria, na primeira década da senioridade. Ainda no tocante à formação do perfil dos entrevistados, segundo a amostra da pesquisa, se acentua a presença de 66% de mulheres<sup>3</sup>. Quanto ao estado civil, os indivíduos casados representam mais de 45%, seguidos dos divorciados (24%), solteiros (17%) e viúvos (14%). Vale ressaltar o alto capital cultural dos participantes, sendo que mais de 40% possuem ensino superior completo e 9% têm mestrado e/ou doutorado.

Dos idosos que acessam a internet, 94% o fazem diariamente, tornando-se este o dado mais expressivo revelado pelo questionário aplicado. Apenas este dado isolado já comprova que o idoso conectado à internet é um *heavy user*<sup>4</sup>. Ainda mais se compararmos com os 58% dos brasileiros, incluindo todas as faixas etárias, que acessaram a internet diariamente durante o ano de 2016, de acordo com informações da Google<sup>5</sup>. Ainda segundo a gigante da internet, nem mesmo a geração *millenium* atinge esta porcentagem, alcançando 90% (GOOGLE INC., 2017).

Mais de 84% dos participantes disseram que são as mídias sociais o seu principal foco na internet e quase 80% mencionaram a utilização do e-mail e a leitura de notícias. O e-mail ainda é uma das ferramentas de comunicação mais utilizadas pelos idosos, tendo sido mencionado por mais de 72% dos participantes. No entanto, as mídias sociais já são as preferidas dos *novos velhos*: cerca de 64% usam o Messenger do Facebook e 84% o Whatsapp. Mais de 90% deles responderam que utilizam estas tecnologias para se comunicar com a família e os amigos.

---

<sup>3</sup> É necessário relativizar os dados de perfil na relação com o universo – idosos usuários de internet. Como registrado, trata-se de uma pesquisa não probabilística. Segundo dados do IBGE, a relação de homens e mulheres neste universo é de 18,5% e 16,6%, respectivamente. Acesso em: 14 set. 2017. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default\\_xls.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default_xls.shtm).

<sup>4</sup> O termo *heavy user* foi usado inicialmente pelo marketing para designar pessoas que compram e consomem um produto em larga escala e com frequência (WANSINK; PARK, 2000). Zhao (2006, p.849-851) recorre ao termo para nomear os que passam mais tempo online. O perfil *heavy user* foi constatado na análise do trabalho de campo conforme resposta dos 419 idosos consultados (pesquisa quantitativa). Não obstante, cabe ponderar que o número de idosos que acessam a internet no Brasil ainda é pequeno - 17,4% do total de brasileiros acima de 60 anos. Acesso em: 14 set. 2017. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default\\_xls.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default_xls.shtm).

<sup>5</sup> Dados do *Consumer Barometer with Google*. Acesso em: 20 ago. 2017. Disponível em: <https://www.consumerbarometer.com/en/trending/?countryCode=BR&category=TRN-NOFILTER-ALL>.

Há que se ressaltar a importância do capital cultural na construção deste *novo velho*. Os resultados demonstram que este idoso segue ávido por adquirir conhecimento não apenas no ambiente virtual, já que 47% disseram ler jornais e revistas todos os dias. Entre os assuntos mais lidos estão as notícias e textos relacionados a cultura e política. Ao se investigar em quais plataformas se dá esta leitura, foi possível apurar que a maioria (39%) faz uso tanto dos materiais impressos como digitais e há mais idosos lendo conteúdo digital (34%) do que em papel (25%). Mas uma fonte de mídia não substitui a outra; elas coexistem. Como escreveu Henry Jenkins (2009, p. 29), “Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem[...]”.

Outro fator que influi no uso da internet pelos idosos é a sua relação com o trabalho. Estar trabalhando faz com que eles estejam atualizados perante as inovações tecnológicas.

“Em outras palavras, o que importa cada vez mais na determinação do acesso à Internet é menos uma questão de idade que a relação dos indivíduos com o mercado de trabalho, à medida que a Internet se torna uma ferramenta profissional indispensável. (CASTELLS, 2003, p. 206)

E quanto a esta situação laboral, a presente pesquisa quantitativa revelou que mais de 43% dos idosos que utilizam a internet estão trabalhando. Relataram que trabalham em casa (54%), em empresas (43%) e na rua (9%).

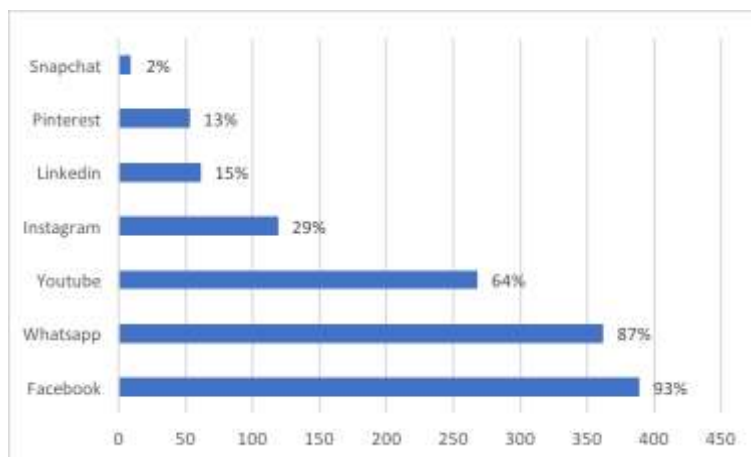
E como as pessoas têm estendido a sua atividade laboral, seja pelo aumento da expectativa de vida ou pela necessidade de complementar a renda, será cada vez mais comum que os idosos estejam em contato com a internet no ambiente de trabalho. Contribuem também, para este quadro, as mudanças nos sistemas de previdência que tornam tardio o retiro deste idoso. Analisando a *hipermodernidade*, principalmente no cenário europeu, Gilles Lipovetsky logra com êxito expor uma realidade que muito pode ser transposta para os últimos acontecimentos vivenciados no Brasil no campo das relações trabalhistas. Vejamos o que diz o autor ao percorrer tópicos como *Confiança e Futuro*:

No momento presente, a reforma do sistema de aposentadorias e o prolongamento do período de contribuição, figuram entre os grandes projetos de envergadura que os governos democráticos enfrentam e levam às ruas milhares de manifestantes. Será que a nossa cultura tirou um período de férias em relação ao futuro? Pelo contrário, ei-lo aqui, no centro das inquietações e dos debates contemporâneos, cada vez mais como algo a prever e reorganizar. (LIPOVETSKY, 2015, p. 76)



Questionados sobre quais seriam as redes sociais<sup>6</sup> mais acessadas, obteve-se os seguintes resultados: Facebook (93%), Whatsapp (87%) Youtube (64%), Instagram (29%), LinkedIn (15%), Pinterest (13%) e Snapchat (2%). Ou seja, os idosos seguem uma tendência de uso das redes sociais muito parecida com as demais faixas etárias, onde Facebook, Whatsapp e Youtube reinam.

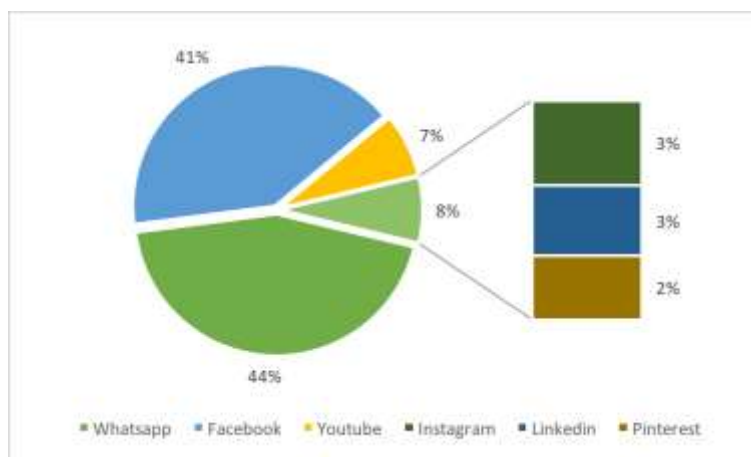
Gráfico 2 - Redes Sociais mais utilizadas pelos idosos.



Fonte: Entrevistas realizadas.

Quando convocados a eleger a rede social de sua preferência, o Whatsapp vence com quase 44%, seguido do Facebook, com 41%. Youtube e Instagram seguiram completando o quarteto de mídias sociais que os idosos mais gostam.

Gráfico 3 - As redes sociais preferidas pelos idosos.



<sup>6</sup> O termo correto é *mídias sociais digitais*, já que redes sociais podem ser qualquer tipo de conexão entre pessoas fora do ambiente virtual. Optou-se por utilizar tal expressão, pois é mais conhecida entre o público.

Fonte: Entrevistas realizadas.

Aproximadamente 89% destes idosos conectados às mídias sociais estão em busca de notícias. Mas o segundo propósito relatado por eles foi fazer novas amizades, de acordo com 57%. O isolamento é uma das causas de doenças, entre elas a depressão, que afeta principalmente este público. De acordo com estudo realizado pela Universidade de Michigan, o uso da internet pode ajudar a reduzir em até 30% a ocorrência de depressão entre os idosos (OSWALD; COTTEN, 2014). Este *novo velho* procura estar em contato principalmente com os amigos e a família – foi o que responderam mais de 90% deles. 43% relataram a interação com colegas de trabalho e 18% mencionaram médicos e profissionais da saúde.

Apenas 8% disseram que interagem com estranhos. Tal seletividade também é evidenciada nas respostas extraídas através do questionário: ao perguntar o que eles costumam postar nas mídias sociais, 38% disseram não postar nada. Isto é, apesar de serem usuários ativos (91% usam mídias sociais diariamente), os mais velhos são mais comedidos e preferem observar o que acontece no ciberespaço.

Outra importante observação que pode ser feita já aqui na pesquisa quantitativa é a falta de demanda deste público por novos conteúdos online. Ao responder uma das perguntas abertas do questionário sobre o que sentem falta nas mídias sociais, 40% dos idosos relataram que não sentem falta de nada, como um deles escreveu: *“Tudo que eu preciso eu acho”*.

Quando pensamos no idoso é comum resgataremos, em nosso imaginário, a vovó sentada na cadeira de balanço fazendo crochê ou um velhinho que passa as tardes na praça jogando Damas. E não é que eles não existam. Contudo, achar que os idosos de hoje estão alheios à internet e às mídias sociais é irreal. Outro pré-conceito comum com relação aos mais velhos é de que eles têm muitas dificuldades com as mídias sociais. Mas estamos errados! De acordo com os resultados da pesquisa, 40% deles disseram que a maior dificuldade é com a velocidade da internet, o que não é um obstáculo que tão somente os afeta. A segunda resposta mais dada, com 17%, foi de que não sentem dificuldade alguma.

## **PESQUISA QUALITATIVA**

Durante o mês de julho de 2017 foram realizadas 10 entrevistas de profundidade com pessoas com idade acima de 60 anos, sendo: 6 mulheres e 4 homens; 5 residentes na

cidade de São Paulo e 5 no interior do estado; 5 pessoas com capital cultural médio e 5 alto<sup>7</sup>; com idades entre 60 e 87 anos. No total, foram 331 minutos de conversa, cerca de 6 horas de diálogo, sendo que 8 entrevistas foram conduzidas pessoalmente e 2 por meio do Whatsapp.

O roteiro para este trabalho contou com 7 perguntas que versaram sobre os seguintes temas: a) o cotidiano, b) finalidade de uso e benefícios das redes sociais, c) relação com os jovens, d) dificuldades e barreiras e demandas não atendidas. Além de um questionário de apoio com 9 perguntas divididas entre perfil demográfico e cultural-digital. Assim como os números da pesquisa quantitativa foram eficientes em revelar indicadores de hábitos e comportamentos, os relatos individuais destes idosos ilustram a ausência de grandes barreiras e dificuldades no uso das mídias sociais.

ARTURO tem 62 anos, é casado, mora no interior de São Paulo e diz que o Whatsapp é hoje uma ferramenta essencial na gestão da sua empresa de transportes, facilitando a comunicação com clientes. E quanto às dificuldades, foi enfático: “No WhatsApp eu uso bem, no meu e-mail eu entro bem, no YouTube eu entro bem. Então não tem.”.

Foi possível perceber que quando estes idosos têm interesse em um determinado assunto, mesmo que existam obstáculos, eles são capazes de ultrapassá-los:

[...] Você vai chegando lá e, mesmo que você use um caminho mais longo, você acaba chegando, porque você tem raciocínio. Às vezes eu não sei fazer uma coisa, mas eu vou por um caminho de português, vamos dizer assim, mas chego lá. Pra acesso eu não tenho nenhum. [...] Eu posso ir por um caminho mais difícil, mais complicado, mas eu chego lá. (D. INÁCIA, 87 anos, professora aposentada, reside em São Paulo)

Já quando abordados sobre o que sentem falta no ambiente virtual, os idosos demonstraram não ter grandes demandas. É o que comenta D. CLEIDE, uma assistente social aposentada que acaba de completar 60 anos: “Acho que ela [internet] tem tudo ali, completinha.”. Já D. INÁCIA é mais enfática: “Olha, se tivesse mais, eu não teria espaço pra ter”. Estes idosos, bem como a sociedade em tempos hipermodernos, sentem o peso do excesso de dados disponíveis. Um *tsununami de informações* que gera uma *infobesidade*, segundo Lipovetsky (2016).

---

<sup>7</sup> Considerou-se de médio capital cultural as pessoas que tinham formação em nível fundamental, média e superior, inseridas em atividades laborais de média complexidade, bem como acesso intermediário a bens de cultura. Para alto capital cultural foram considerados os entrevistados que detinham formações acadêmicas em níveis acima de pós-graduação, com trabalhos de alta complexidade e acesso a bens culturais de alto nível.

Outro tema que ressurgiu com força no decorrer das entrevistas foi a seletividade dos idosos nas mídias sociais. Como já abordado neste artigo, as pessoas mais velhas priorizam a qualidade frente a quantidade, tanto em conteúdos como em contatos. É como bem sintetiza CLARISSE: “[...] a gente vai, com a idade, priorizando certas coisas e deixando outras. [...] Porque o meu Facebook não é Facebook de fofoca. Não fico postando um monte de coisa lá.” OTTO, um executivo aposentado de 67, que reside em São Paulo, também deixou claro em sua entrevista que não sente a necessidade de ter um *smartphone* mais moderno apenas por “modismo”, ou seja, o objetivo deles é utilizar a internet e as mídias sociais como uma ferramenta que venha a servir a um propósito real de suas necessidades.

A paulistana SALETE, de 63 anos, é pedagoga e desenvolve um projeto que auxilia os idosos no uso do digital. Relata que, diferente dos mais jovens, aqueles com mais de 60 anos assumem, no ambiente virtual, uma postura mais passiva, não postando muito. Para ela, em parte isso se deve justamente à seletividade destes idosos, que não querem publicar trivialidades do seu dia-a-dia e, assim, mantêm-se, muitas vezes, em posição de expectadores.

Outro tema que emana das entrevistas qualitativas e que percorre todo este estudo é a identidade. Segundo Stuart Hall, ex-professor da Open University (Inglaterra) e um dos protagonistas dos Estudos Culturais Ingleses:

[...] a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. [...] Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. [...] Assim, em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de *identificação*, e vê-la como um processo em andamento. [...] Psicanaliticamente, nós continuamos buscando a “identidade” e construindo biografias que tecem as diferentes partes de nossos “eus” divididos numa unidade porque procuramos recapturar este prazer fantasiado da plenitude. (HALL, 2015, p.24.)

Neste sentido, os idosos de hoje não se veem obrigados a assumir, exclusivamente, a identidade de um velho. Alguns entrevistados, como D. INÁCIA, se mostram relutantes até mesmo a aceitar serem chamados de “senhor e senhora”. Outros, como JOSÉ CARLOS, de 60 anos, demonstram não sentir este estigma da idade: “Eu não me importo, porque já tô até acostumado de muita gente me chamar já de senhor. Mas as pessoas se

incomodam porque ninguém quer ficar velho. Mas é aquela coisa natural. Agora o bom de ficar velho é sinal que viveu bastante, né?”.

Para estes idosos que percorrem o caminho da *senioridade digital*, as mídias sociais assumem um papel facilitador desta mobilidade identitária discutida por Hall (2015). Não se trata apenas de despir-se de eufemismos e assumir a idade, mas, sobretudo de, a seu critério, estar livre para viver experiências que socialmente estariam destinadas apenas aos mais jovens.

Mas as redes sociais, pra mim, principalmente o Facebook, nesse aspecto, foi uma janela para o mundo. [...] eu tenho amigos na Nova Zelândia, eu tenho em Paris, eu tenho nos Estados Unidos, eu tenho em Londres, eu tenho em Berlim, eu tenho... de repente o mundo ficou pequeno. (CLARISSE, 70 anos, executiva aposentada, residente na cidade de São Paulo)

Muitos deles relutam a aceitar a segregação etária e a viver em guetos para idosos. Foi pensando nisso que, no decorrer deste trabalho, criou-se a página *ZERO*+<sup>8</sup> no Facebook, para que servisse como um canal para troca de conhecimentos e experiências entre jovens e idosos. Neste espaço, ainda embrionário, a construção de pontes entre as gerações foi sugerida e bem recebida, como narra um dos seguidores:

Penso que o idoso gosta de tudo que os jovens gostam, as crianças, as pessoas de meia-idade. Desde que seja de qualidade. O idoso não precisa de gueto. Ele quer estar no mundo e participar de tudo com todos. Não gosto de guetos. Pode correr o risco de só de falar de doenças - kkk. (RUTH, 81 anos)

Compreender o idoso requer mais do que conceituar o termo ou classificá-lo dentro dos limites de faixas etárias. Faz-se necessário concebê-lo no espaço virtual e identificá-lo no tempo, ou seja, distinguir o idoso de hoje daquele presente em nosso imaginário, que viveu à época da revolução industrial, na modernidade ou na pós-modernidade. Há que se discorrer sobre o idoso da *hipermodernidade* que, não diferente dos demais, vive a busca, até certo ponto individualista, pelo seu próprio bem-estar. Não se trata mais do avô que está disposto a abdicar de tudo para viver para os netos; ele quer, mais do que nunca, aproveitar o tempo para viver para si (LIPOVETSKY, 2015).

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/zeromais/>. Acesso em: 09 set. 2017.

Por todo o exposto, pode-se dizer que é uma falácia tentar definir o idoso, este que vive em tempos hipermodernos, como uma espécie de classe homogênea e identificar nele um comportamento em comum, quando na verdade, ele transita em distintas identidades. Manuel Castells, ao escrever sobre *a indeterminação dos ciclos de vida*, joga luz sobre esta questão:

Embora no passado fosse considerada um último estágio homogêneo da vida, dominado pela “morte social”, [...] a velhice agora é um universo diversificadíssimo, [...] e obriga a distinção entre várias faixas etárias, cuja diferenciação real dependerá muito do capital social, cultural e relacional acumulado durante a vida. [...] os atributos sociais destas diferentes terceiras idades apresentarão discrepâncias consideráveis, derrubando, portanto, a relação entre condição social e estágio biológico que fundamenta o ciclo de vida. (CASTELLS, 2016, p. 528)

## CONCLUSÃO

Em outros tempos, ao ultrapassar a barreira dos 60, era impositivo desacelerar o ritmo e esta devia ser encarada como a fase final da vida, a velhice. Em substituição a este conceito, hoje os idosos transitam rumo à *senioridade digital*, ao momento da vida em que podem ter o pleno domínio da idade. Os idosos querem ir mais longe e com qualidade. E esta transição pode ser vista pelos resultados advindos deste trabalho, o qual constatou, por meio das pesquisas quantitativas e qualitativas, que o *novo velho* já consegue, sem muitas dificuldades, estar presente nas mídias sociais em uma frequência igual à dos mais jovens. O que muda são os seus interesses mais seletivos.

À vista disso, abre-se cada vez mais espaço para aqueles que querem se dedicar a estudar e empreender em novas soluções que possam suprir as demandas deste emergente senhorio digital, que caminha para ser maioria muito em breve, segundo os dados estatísticos da terceira idade apresentados no primeiro capítulo. E para estes idosos, ter uma presença digital é um ato, antes de tudo, de negação da morte, e que pode ser compreendido nas palavras do sociólogo Manuel Castells:

A tendência predominante nas sociedades, como expressão de nossa ambição tecnológica e em concordância com nossa comemoração do efêmero, é apagar a morte da vida [...]. Separando a morte da vida e criando o sistema tecnológico para fazer com que esta crença dure o suficiente, construímos a eternidade durante nossa existência. Assim, tornamo-nos eternos

exceto naquele breve momento quando somos rodeados pela luz.  
(CASTELLS, 2016, p.535)

As pesquisas quantitativas e qualitativas tiveram êxito em demonstrar que, assim como a grande maioria das pessoas, os idosos sentem a pressão do excesso de conteúdos e informações existentes no ambiente virtual. Tal constatação está em consonância com as discussões sobre a contribuição das comunidades virtuais na evolução do indivíduo e da sociedade, promovidas por Castells (2003), em que se considera também os aspectos negativos, como um certo afastamento das comunidades “reais”, isolando-se o indivíduo em locais virtuais.

Contudo, um trecho transcrito em entrevista com D. INÁCIA sintetiza o valor das mídias sociais para estes *novos velhos*: “Sobrevivência, porque eu tenho dois caminhos: ou eu acompanho as coisas que mudam e a vida e a sociedade e a tecnologia, etc., ou eu fico marginalizada.”.

Resta, cada vez mais claro, a inseparabilidade do *novo idoso* do restante dos cidadãos, assim como fica evidente nas palavras do filósofo da *hipermodernidade*: “E nenhuma faixa etária parece escapar a esta fuga para frente, mesmo os aposentados e as crianças tem agora um emprego do tempo sobrecarregado.” (LIPOVETSKY, 2015, p.82).

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei N.10.741, de 1 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o estatuto do idoso e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm)>. Acesso em: 20 out. 2016.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. 243 p.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede** - A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2016. 629 p. v1.

EUROSTAT. **Population age structure by major age groups, 2005 and 2015**. Luxemburgo, 2016. Disponível em: <[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Population\\_age\\_structure\\_by\\_major\\_age\\_groups,\\_2005\\_and\\_2015\\_\(%25\\_of\\_the\\_total\\_population\)\\_YB16.png&oldid=299940](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Population_age_structure_by_major_age_groups,_2005_and_2015_(%25_of_the_total_population)_YB16.png&oldid=299940)>. Acesso em: 11 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. **Population structure by major age groups, EU-28, 2016-80**. Luxemburgo, 2017. Disponível em: <[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Population\\_age\\_structure\\_by\\_major\\_age\\_groups,\\_2005\\_and\\_2015\\_\(%25\\_of\\_the\\_total\\_population\)\\_YB16.png&oldid=299940](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Population_age_structure_by_major_age_groups,_2005_and_2015_(%25_of_the_total_population)_YB16.png&oldid=299940)>.

[explained/index.php/File:Population structure by major age groups, EU-28, 2016-80 \(%25 of total population\).png](#)>. Acesso em: 31 jul. 2017.

GOOGLE INC. **Consumer barometer with google:** trended data. 2017. Disponível em: <<https://www.consumerbarometer.com/en/trending/>>. Acesso em: 05 set. 2017.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015. 58 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por amostra de domicílios – PNAD**. Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/espanhol/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Nacional por amostra de domicílios – PNAD**. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2015/default.shtm>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Nacional por amostra de domicílios – PNAD:** utilização de Internet no Período de Referência dos Últimos Três Meses. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default\\_xls.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acessoainternet2015/default_xls.shtm)>. Acesso em: 14 set. 2017.

\_\_\_\_\_. **Brasil:** uma visão geográfica e ambiental no início do século XXI. Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv97884.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

LIPOVETSKY, G; CHARLES, S. **Os tempos hipermodernos**. Lisboa: Edições 70, 2015. 135 p.

LIPOVETSKY, G. **Da leveza:** rumo a uma civilização sem peso. Barueri: Manole, 2016. 302 p.

OSWALD, T; COTTEN, S. Internet use can help ward off depression among elderly. **Michigan State University Today**, Michigan, 17 oct. 2014. Disponível em: <<http://msutoday.msu.edu/news/2014/internet-use-can-help-ward-off-depression-among-elderly/>>. Acesso em: 04 set. 2017.

UNITED STATES CENSUS BUREAU. **Age and sex composition:** 2010. Suitland, 2011. Disponível em: <<https://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-03.pdf>>. Acesso em: 4 set. 2017.

\_\_\_\_\_. **Projections of the Population by Sex and Selected Age Groups for the United States:** 2015 to 2060. Suitland, 2014. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwIU2Kf664vWAhXB1CYKHcoFAKcQFgg7MAI&url=https%3A%2F%2Fwww2.>



[census.gov%2Fprograms-surveys%2Fpopproj%2Ftables%2F2014%2F2014-summary-tables%2Fnp2014-t3.xls&usg=AFQjCNGeZXY9pn](https://census.gov%2Fprograms-surveys%2Fpopproj%2Ftables%2F2014%2F2014-summary-tables%2Fnp2014-t3.xls&usg=AFQjCNGeZXY9pn)>. Acesso em: 4 set. 2017.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Proposed working definition of an older person in Africa for the MDS Project**. Geneva, 2002. Disponível em: <<http://www.who.int/healthinfo/survey/ageingdefnolder/en/>>. Acesso em: 22 mar. de 2017.