Consumo das Redes Sociais Digitais pela Terceira Idade[1]

Andreza CRUZ[2]
Laísa BEULCK[3]
Larissa TEIXEIRA[4]
Laura SOUZA[5]
Vitória SANT'ANA[6]
Fernanda SAGRILO[7]
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

Resumo

As transformações do comportamento de consumo alteraram significativamente, nesses últimos dez anos. Em razão disso, um dos elementos principais deste estudo é compreender de que maneira os idosos vêm consumindo/empregando os meios digitais e as redes sociais. Para tanto, foi realizado um grupo focal, com a participação de nove idosas. Com isso, detectou-se que o uso de aplicativos, em smartphone, se tornou um hábito frequente na rotina do público.

Palavras-chave: Consumo; redes sociais digitais; terceira idade; grupo focal.

INTRODUÇÃO

No Brasil, a população idosa tem crescido em ritmo significativo, devido a suas mudanças nas condições de vida. Segundo a Lei nº 8.842/1994, é considerado idoso os maiores de 60 anos de idade. E, estes idosos estão mais ativos no dia a dia, possibilitando uma melhora na sua saúde e se inserindo ainda mais nos meios *on-lines* e digitais, assim manter-se conectados também é uma questão de saúde uma vez que estimula a memória e a cognição. Nota-se a evolução em relação aos aspectos citados,

[1]Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia na Intercom Júnior - XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 04 a 09 de setembro de 2017.

[2]Graduanda do 6º semestre do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA – Campus São Borja, e-mail: andrezaccruz@gmail.com
[3]Graduanda do 6º semestre do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA – Campus São Borja, e-mail: laisapizzuttibeulck@gmail.com
[4]Graduanda do 6º semestre do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA – Campus São Borja, e-mail: laritn@hotmail.com
[5]Graduanda do 6º semestre do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA – Campus São Borja, e-mail: laura.l.oliveira@gmail.com
[6]Graduanda do 6º semestre do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA – Campus São Borja, e-mail: vivitoriayala@gmail.com
[7]Orientadora do trabalho. Professora Drª do Curso de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA – Campus São Borja, e-mail: fernandaandres@unipampa.edu.br

pois tendo em vista suas experiências vividas, a terceira idade[8] pode seguir contribuindo ativamente para a sociedade, mas dentro de suas limitações, formando assim um grupo incluído digitalmente. "A tendência é que os sujeitos com mais de 60 anos procurem cada vez mais o espaço da rede virtual para conhecimento, diversão e novas sociabilidades" (PANDA SECURITY, 2011),

Com isso, novos discursos são construídos com a velhice caracterizada como um estágio mágico da vida, onde podem aproveitar a liberdade de horários e possibilidades financeiras para que "curtam a vida" com seus hábitos e comportamentos sendo um novo e atraente segmento de mercado. Assim, a mídia ocupando um papel mais central na vida dessas pessoas, com uma nova geração de idosos que vem se transformando a cada dia e mudando seus costumes, preocupada com a qualidade de vida, bem-estar e em aproveitar melhor o seu tempo.

Nessa perspectiva, objetivou-se, neste artigo, analisar de que forma ocorre o consumo das redes sociais por esses idosos. Foi, então, utilizado o método de grupo focal, com idosas a partir dos 60 aos 70 anos de idade, a classificação é referente a Política Nacional do Idoso e referida pela ONU (Organizações das Nações Unidas).

Para o grupo focal, foram convidadas idosas participantes do grupo da Maturidade Ativa do SESC da cidade de São Borja, Rio Grande do Sul, que tem como objetivo promover a qualidade de vida e envelhecimento ativo e saudável, oferecendo espaço de convívio para discussões, reflexões, participação social e exercício da cidadania. O grupo possui em média 40 participantes e um facilitador responsável. Acontecem encontros semanalmente para conviver, divertir, confraternizar, aprender e desenvolver seus potenciais, construindo assim, um novo significado social para o envelhecimento, valorizando o papel do idoso na sociedade contemporânea. Todo o mês é realizado um cronograma a ser seguido com diversas atividades propostas e uma ação social, dentre essas o grupo realizou oficinas de uso da internet, das redes sociais digitais e dos *smartphones*.

Assim, sabendo da forte inserção e participação dos idosos no meio digital, este estudo busca identificar as redes sociais mais utilizadas por essa geração e também o

[8] de acordo com a ONU, é a fase da vida que começa aos 60 anos.

motivo para tal, com vistas a entender melhor o público, bem como suas necessidades no meio tecnológico.

Internet Como Ferramenta De Interação

A comunicação é um meio de manter relacionamentos, estabelecer trocas de conhecimentos e socialização de informações. Sendo assim, a internet surge como um benefício social, a partir do momento em que a velocidade de propagar informações aumentou, revolucionando o modo de fazer comunicação. Pinho (2003, p. 49) caracteriza a internet como:

> Uma ferramenta bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da internet como instrumento de informação.

Este desenvolvimento tecnológico propõe potencializar a transmissão da informação e melhorar a qualidade. Nesta perspectiva, Santaella (2003) comenta que:

> Com o desenvolvimento das tecnologias da informática, especialmente a partir da convergência explosiva do computador e das telecomunicações, as sociedades complexas foram crescentemente desenvolvendo uma habilidade surpreendente para armazenar e recuperar informações, tornando-as instantaneamente disponíveis em diferentes formas para quaisquer lugares. O mundo está se tornando uma gigantesca rede de troca de informações. (SANTAELLA, 2003, p. 18)

Por ter esta característica de rápida difusão de informações, a internet também tem ferramentas que possibilitam a comunicação instantânea entre os receptores. Portanto, a introdução dela na rotina dos idosos, uma geração em que a adaptação à

tecnologia pode ser, algumas vezes, uma barreira, acaba se aliando em suprir as necessidades de comunicação com os familiares e amigos distantes.

Redes Sociais e a Terceira Idade

A sociedade mudou, tanto em questões tecnológicas quanto na expectativa de vida, o número de idosos aumenta a cada ano e os tornou também usuários das novas tecnologias. Pode-se compreender que com a tecnologia o acesso à informação ficou mais fácil e de maneira instantânea, com as mídias sociais trazendo benefícios para todos e também para a terceira idade como um exercício da mente, memória e aumento de autoestima, percebendo assim que a internet não possui idade e alcança inúmeros públicos diferentes, deixando de ser apenas uma rede de pesquisas e passando a fazer parte diretamente da vida das pessoas, também anulando barreiras geográficas. Como menciona Corrêa (2009):

> A digitalização na sociedade contemporânea é um fato. Difícil pensarmos nosso cotidiano sem a presença de algum dispositivo que transforma em bits simples operações como olhar as horas ou assistir à televisão. A digitalização hoje ocorre em rede mundial, conectando computadores, dispositivos e, especialmente, pessoas. Seja na forma mais imperceptível (quando realizamos uma transação por meio de um cartão magnético, por exemplo), seja na mais explícita (quando nos conectamos à internet), a sociedade conectada se faz presente e natural. (CORRÊA, 2009, p.163)

Diante disso, as tecnologias exercem um papel importante aos idosos, pois vencem os medos e desafios na utilização dessas ferramentas e equipamentos, tornando-se o uso um aliado e uma distração para esse público, que mesmo após a aposentadoria ainda buscam aprendizados intelectuais. Compreende-se que uma sociedade informatizada é importante e o conhecimento das ferramentas auxilia e possibilita o acesso à informação, sendo a rede social também um meio benéfico para isso, oferecendo um espaço para compartilhar opiniões e fazer o uso da criatividade, permitindo a criação de conteúdo, compartilhamentos em diversos formatos e a interação social. Segundo Recuero (2009),

> as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De um certo modo, são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera estruturas desse grupo. (p.30)

Para que tal interação aconteça, Recuero (2009) cita que depende de fatores como laços sociais que podem ser fracos ou fortes, capital social que também define o grupo que o indivíduo está inserido e seus interesses e, interações entre eles.

A escolha de consumir uma rede social parte do consumidor, que deseja ser parte daquilo, sendo isto uma escolha de estilo de vida. Bauman (2008) explica que:

> a "sociedade de consumidores", em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional (BAUMAN, 2008, p.71).

Quando surgiu a era digital, a terceira idade se viu por obrigação (e claro necessidade/desejo) inserir-se nesse meio, já que tudo de certa forma passou a ser feito de forma digital. Falar com os netos que estão longe, pagar contas *online*, manter relações afetivas, expor o próprio cotidiano, entre outras. Isso nos dias atuais se torna uma necessidade, onde "dependemos" destas redes. Assim, essas redes fazem o papel de entretenimento, um estilo e necessidade na vida dos consumidores de qualquer geração.

Redes sociais digitais surgiram como uma ferramenta de comunicação que segundo Recuero (2009, p.16) está transformando toda estrutura de "organização, identidade, conversação, e mobilização social". Elas são o conjunto de duas partes: os *atores* definidos como pessoas, organizações ou grupos e, conexões que são interações ou laços sociais que podem ser fracos ou fortes.

Maturidade Ativa Conectada

Para entender melhor como ocorre o uso das ferramentas digitais nessa geração, utilizou-se, neste estudo, o método de Grupo Focal. Para Morgan (1997), grupo focal é

uma técnica de pesquisa que coleta dados, por meio das interações grupais ao se discutir um tópico especial sugerido pelo pesquisador. Para tanto, elaborou-se um roteiro de perguntas para nortear a discussão do grupo com objetivo de traçar o perfil do grupo, entender como esse grupo utiliza a internet e as mídias sociais e identificar os efeitos e mudanças que estes meios proporcionaram para suas vidas.

A amostra desta pesquisa foi composta por nove integrantes do grupo Maturidade Ativa do Sesc São Borja - RS, que tem como objetivo promover a qualidade de vida e envelhecimento ativo e saudável, oferecendo espaço de convívio para discussões, reflexões, participação social e exercício da cidadania. A pesquisa foi realizada com idosas, com idades entre 60 a 70 anos, no dia 29 de Junho de 2017, às 15h e 30min, e teve duração de 1h. O ambiente onde foi aplicado o grupo focal era um espaço acolhedor e habitual das idosas, proporcionando certa privacidade para facilitar o debate e aprofundar as discussões sobre o tema.

Os dados foram coletados e analisados a partir da frequência e principais indicadores para o uso das redes sociais digitais, mensurando assim os pontos mais relevantes no consumo deste público, conforme as informações obtidas.

O roteiro de perguntas foi dividido em três sessões: (1) o perfil do grupo analisado; (2) comportamento do grupo nas redes sociais; e (3) o incentivo do uso das redes sociais e da internet. Portanto, a descrição do processo também aconteceu nesses três aspectos abordados.

Tabela 1 - Roteiro de perguntas ao grupo focal

SESSÃO 01	a) O que gostam de fazer? b) Qual o lazer do grupo? c) Como foi o primeiro contato com o computador, a internet e as redes sociais? d) Como tiveram as orientações básicas? Foi importante? e) Por que se interessaram por esses meios digitais? f) O acesso à internet e as redes sociais é/foi uma dificuldade? g) Este acesso se tornou um hábito?

SESSÃO 02	a) Com que frequência utiliza as redes sociais digitais? (diariamente, semanalmente, mensalmente) b) O que mais lhe interessa nesse meio digital? O que gosta de consumir? c) Quais redes sociais vocês utilizam? Por quê? d) Quais as vantagens e desvantagens no uso dessas redes sociais?
SESSÃO 03	a) Quais efeitos esse uso tem provocado? b) Houve melhoria na sua qualidade de vida com uso dessas redes sociais? O que perceberam depois que começaram a utilizar? c) Têm interesse em ampliar esse contato com as redes sociais digitais? Buscam mais informações?

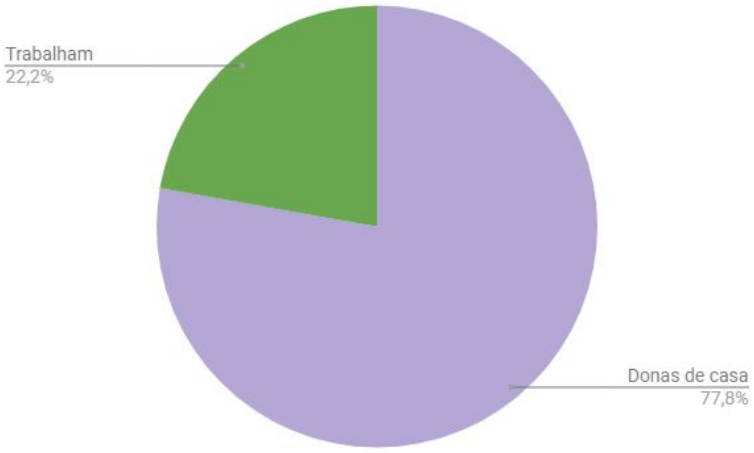
Fonte: os autores (2017)

Resultados

A pesquisa desenvolvida desencadeou aspectos relevantes para entender um pouco mais da terceira idade e de seu consumo com a internet e as mídias sociais, percebendo que é um grupo interessado e curioso em aprender a usar e fazer parte dessas novas tecnologias, antes nem um pouco familiares à elas, a cada dia superando suas dificuldades e assim tornando-se mais conectadas, antenadas, informatizadas e quebrando distâncias.

Sobre o perfil das entrevistas pode-se perceber que as idosas do sexo feminino, participantes do grupo da Maturidade Ativa do SESC da cidade de São Borja, com idades entre 60 a 70 anos. Referente aos resultados alcançados do perfil do grupo:

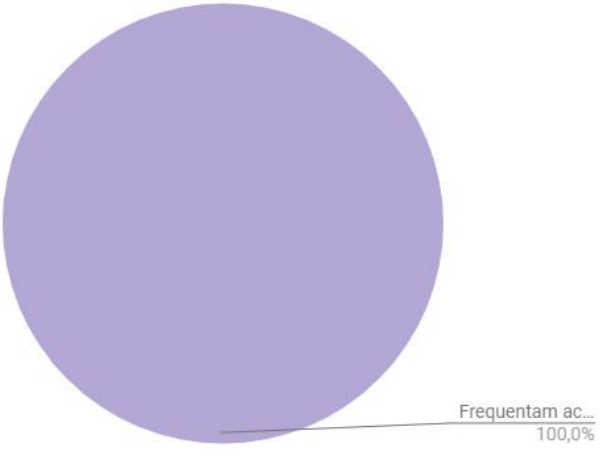
Gráfico 1 - Ocupações das Idosas



Fonte: os autores (2017)

Com as informações coletadas neste gráfico acima (gráfico 1), referente às ocupações das entrevistadas, podemos refletir sobre o tempo de apropriação para consumir os conteúdos das plataformas digitais, visto que, das nove entrevistadas, sete delas são donas de casa e possuem tempo livre em suas rotinas.

Gráfico 2 - Frequentam a academia

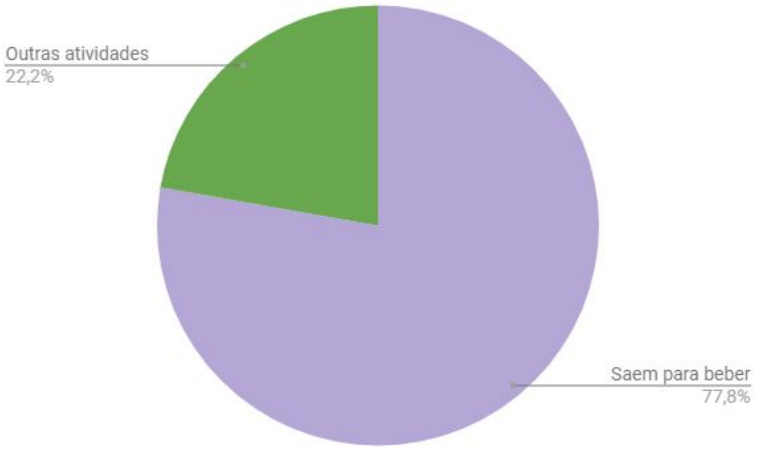


Fonte: os autores (2017)

Conforme as informações no gráfico acima (gráfico 2), todas elas frequentam a academia e realizam atividades físicas semanalmente, seja ginásticas, pilates e diversas danças. Assim, movimentam o corpo de acordo com seus limites juntamente com uma

alimentação saudável, tendo qualidade de vida e bem-estar para realizar outras tarefas diárias.

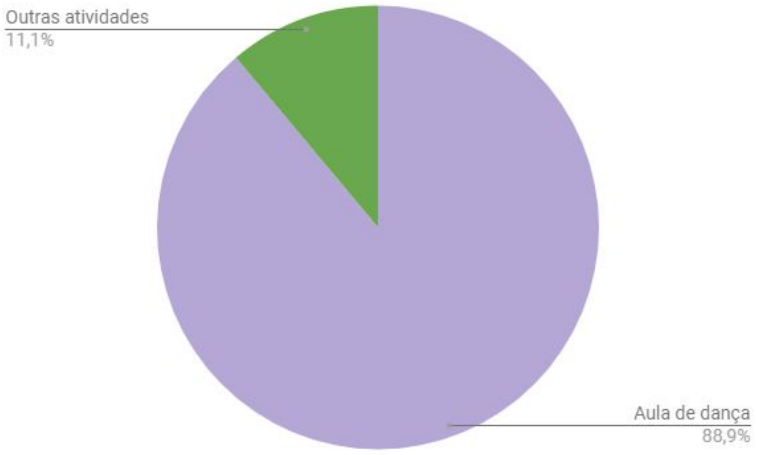
Gráfico 3 - Atividades de lazer com amigos aos finais de semana



Fonte: os autores (2017)

No gráfico 3, sete das idosas saem para beber com os amigos aos finais de semana e duas praticam outras atividades de lazer, tais como sair para caminhar, visitar amigas, sair para jogar bingo e ir à igreja. O grupo é bem divertido e ativo, como já dito anteriormente, algumas saem aos finais de semana e em ocasiões especiais para beber com as amigas, fazerem jantas e conversarem. Apreciam também um bom chimarrão, bebida típica do estado do Rio Grande do Sul, e é o que faz com que se encontrem em praças e até mesmo nos seus lares. Elas procuram sempre pelo lazer e ocupações diversas que estimulam o riso e a união.

Gráfico 4 - Atividades de aula de dança

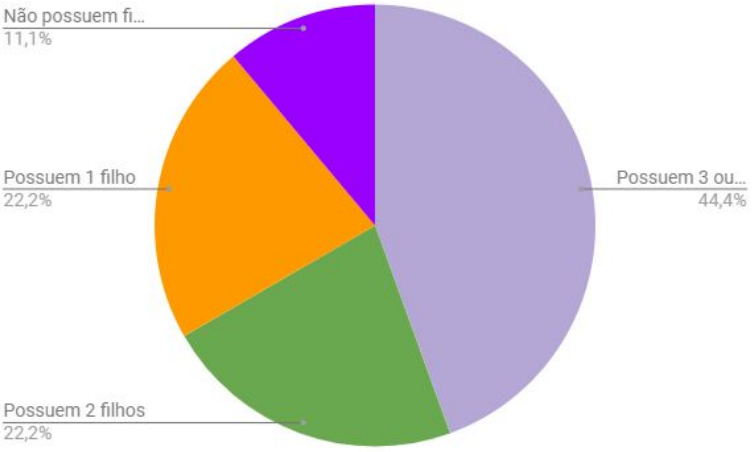


Fonte: os autores (2017)

As aulas de dança fazem parte da rotina de muitas delas, o Sesc possui turmas em horários específicos para zumba e outras modalidades. Também, algumas vezes na semana uma educadora física da academia acompanha o grupo nos encontros para dançarem uma música fácil e agitarem o corpo como uma atividade alternativa, além de que nas comemorações como festas juninas elas realizam coreografias para serem apresentadas no dia festivo.

No que diz respeito aos filhos:

Gráfico 5 – Quantidade de filhos que elas possuem



Fonte: os autores (2017)

Na análise deste gráfico acima (gráfico 5), ao que diz respeito aos filhos, as respostas foram bem diversas. A maioria já possui filhos casados ou que moram fora da cidade, o que é um estímulo para que utilizem as redes sociais digitais e se comuniquem. podemos entender o motivo delas em querem se comunicar com eles.

Nas faixas de renda *per capita* dos idosos no Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010, indica que 43,2% dos idosos do país viviam com uma renda domiciliar per capita de até um salário mínimo. Aqueles que tinham renda domiciliar entre um e dois salários mínimos eram 29% e, os que passavam de dois salários mínimos, 22,9%.

Sobre o comportamento das idosas da terceira idade nas redes sociais digitais, todas as nove idosas que participaram do grupo focal possuem acesso à internet em suas casas, e relatam que têm mais facilidade em mexer no aparelho celular do que nos computadores. Portanto, todas elas possuem celular e apenas duas possuem computadores e notebooks em suas casas. O acesso a rede social *Facebook* é unânime entre elas. Nesta rede, elas utilizam as ferramentas de grupo, bate-papo e aniversários, onde gostam de parabenizar os amigos. Seis delas afirmam ter dificuldades em postar fotos e clicar no "lugar certo", nessa rede social.

Sete delas utilizam, também, aplicativo *WhatsApp* para se comunicarem com seus amigos e família, através de grupos e conversas particulares. Comentam, que o que mais gostam nesse aplicativo é a possibilidade de mostrar, em tempo real, o que estão fazendo para os netos e filhos, que estão distantes. E apenas duas delas entram em sites de receitas culinárias e sites de notícias.

Sobre o incentivo do uso das redes sociais, começou apenas com visualizações nas notificações e hoje, todas elas afirmam ser um novo hábito mexer no aparelho celular, seus aplicativos e suas redes sociais. Elas citam que a partir da necessidade em aprender a mexer na internet, surgiu uma curiosidade em aprender a usar as redes sociais. Pois, seu maior incentivo é de se comunicarem com mais facilidade e agilidade com os netos, filhos e outros parentes que estão distantes, além de encontrarem amigos e ampliarem seu ciclo de amizades.

As idosas não consideram as redes sociais seguras, relatando, muitas vezes, sentirem medo de se exporem muito ou publicarem algo e serem interpretados errados. Sendo este um motivo para explorarem apenas as ferramentas das redes sociais que propiciem diálogos e a opção de adicionar contatos, familiares, amigos e outras pessoas.

Enfim, constatou-se nesta pesquisa que o principal motivo para a criação de uma rede social digital na terceira idade serve como um meio de se comunicarem e conversarem com outras pessoas e a principal forma de utilização é para manter o contato com conhecidos que moram longe, seja família ou amigos, surgindo como uma oportunidade de manter o vínculo com essas pessoas que possuem tal afinidade.

CONCLUSÃO

Para atingir os objetivos da pesquisa proposta, utiliza-se a metodologia do grupo focal. Pode-se concluir, então, que as mais utilizadas por elas são as mídias sociais *Facebook* e *WhatsApp*, mas somente para interação com amigos e familiares que moram longe. Um dos motivos para não aprofundarem os usos seria o medo da exposição que a internet traz. Assim, elas preferem o aparelho celular do que o computador, por ser de fácil manuseio. Mesmo com muitas dificuldades ainda e, apesar de servir para inúmeras funções, a terceira idade dispõe das redes sociais apenas para fins de entretenimento e relacionamento.

A partir dos resultados e análises qualitativas desta pesquisa, percebe-se a insegurança na utilização das redes sociais digitais nesta geração, a partir do momento em que elas têm medo de se expor demais ou se expressar/falar algo errado. Em razão dos meios digitais serem comuns nas gerações que tiveram início nos anos 90, a terceira idade tem dificuldade em se adaptar a estas mudanças. Nota-se, também, que há curiosidade em aprender a utilizar todas as ferramentas que as plataformas digitais proporcionam e quando conseguem isto se torna um hábito em suas rotinas. Conclui-se que os meios digitais se tornaram, para estas idosas, apenas como uma ferramenta de

conversação e interação com amigos e familiares, devido ao medo de se exporem demais nas redes.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 2008.

CORRÊA, Elizabeth Saad. **A comunicação digital nas organizações**: tendências e transformações. Revista Organicom. Ano 6. Edição especial. N. 10/11, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MORGAN, D. **Focus group as qualitative research.** Qualitative Research Methods Series. London: Sage Publications, 1997.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y**: Era das Conexões, tempo de Relacionamentos. São Paulo: Clube de Autores, 2009.

PANDA SECURITY. **Internet em mãos seguras.** Disponível em: http://protectyourfamily.pandasecurity.com/pt/. Acesso em: junho de 2017.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2. Ed., Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**. da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.