

## **A resignificação da comunicação social através de tecnologias móveis para usuários idosos<sup>1</sup>**

Melissa STRECK<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, RS

### **RESUMO**

Em meio a um ambiente midiático aberto a novas e constantes possibilidades, os idosos surgem como um público peculiar das mídias digitais. Eles se conectam cada vez mais através de apps de conversação e redes sociais, consumindo e compartilhando informações diversas através de interfaces digitais. O presente trabalho tem como objetivo discutir novas formas de comunicação social que estão se formando com o público dos 60+, especialmente aqueles em idade mais avançada. Em um primeiro momento são abordadas questões teóricas sobre questões de envelhecimento, comunicação e tecnologia. Em um segundo momento, é realizada uma análise de tecnologias específicas para comunicação social de idosos com metodologia de observação de aspectos específicos, que surgem para driblar a insegurança na esfera digital, junto à discussão teórica que busca compreender a agregação deste público às novas mídias.

**PALAVRAS-CHAVE:** mídias digitais móveis; idosos; interface gráfica do usuário; tecnologia; comunicação.

### **INTRODUÇÃO**

Resultados de uma pesquisa do IBGE<sup>3</sup> sobre o crescimento da população brasileira, realizada no final de 2018, revelam um novo cenário que reflete a realidade em tempos de comunicação ubíqua e móvel, junto ao aumento da população idosa. O crescimento no número de usuários de smartphone no país faz com que o Brasil se torne um grande consumidor de telefonia móvel, através de diferentes perfis de público. Fato que chama a atenção na pesquisa, portanto, é o número de uma geração acima dos 60 anos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda no PPGCom / PUCRS, e-mail: mstreck@gmail.com.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>

de idade. De acordo com a pesquisa, 63% dos idosos brasileiros possui telefone móvel para uso pessoal, sendo a concentração maior nas regiões Centro-Oeste (75,1), Sul (67,9) e Sudeste (65,7). Neste período, a população idosa cresceu em torno de 1 milhão de pessoas e o aumento de usuários de internet nesta faixa etária cresceu 2,3 milhões. Isto é uma evidência de que o público da geração dos 60+ acompanha a demanda de consumo dos smartphones e apps, porém existem pesquisas que mostram restrições ao uso por dificuldades ou desconhecimento de uso.

Para discutir estas questões, embasa-se em um aporte teórico junto a estudos de caso. Da primeira parte, fazem parte referências teóricas da comunicação humana mediada por máquinas, como McLuhan (1964), Turkle (2011), Jenkins (2013) e Scolari (2018), buscando entender como se dá o entendimento das interfaces digitais por uma geração que vivenciou experiências analógicas anteriormente. Em discussões sobre as mudanças causadas na sociedade que passou a ter suas relações transformadas com a informática, aborda-se Castells (2001) e sobre aspectos do envelhecimento junto a informatização, Dias (2012) e Tomsy (2016). Para a questão da análise dos estudos de caso, buscou-se por 2 tipos de tecnologias digitais móveis desenvolvidas especialmente para os usuários 60+ em idades mais avançadas.

O artigo, portanto, aborda o uso de mídias móveis e digitais por uma geração que tem uma peculiaridade: conheceu as tecnologias móveis de comunicação em suas últimas décadas ou últimos anos de suas vidas e, atualmente, lida com ela para se relacionar com familiares e pessoas próximas. As gerações de idosos que virão nas próximas décadas, certamente serão diferentes da geração idosa de hoje. Isto porque as gerações idosas do futuro, hoje ainda jovens e ativas, já lidam com uma variedade de tecnologias e velocidade de inovações. A geração que está idosa hoje, ao contrário, conviveu por décadas com as mesmas tecnologias, tendo períodos mais longos entre uma inovação tecnológica e outra, como no caso dos aparelhos de televisão de tubo, do aparelho de telefone fixo ou do rádio analógico, que permaneciam em um mesmo ambiente por anos. Portanto, esta geração de idosos de hoje, especialmente os que estão em idade mais avançada, para poderem usar recursos da comunicação móvel e digital contemporânea, precisaram se adaptar a algo que talvez antes só existisse em algum filme de ficção científica, de forma muito rápida.

---

## **Mídia digital móvel como transformadora de hábitos comunicacionais sociais de uma geração**

Uma das mais tradicionais mídias digitais móveis, o smartphone - em especial no formato como conhecemos atualmente - nasce no ano de 2007 com o lançamento do primeiro iPhone, trazendo consigo inúmeras possibilidades que mudariam por completo diferentes hábitos sociais em distintos setores, inclusive a comunicação. Com a abertura das App Stores, tanto no iPhone da Apple como no Android da Google, as pessoas, ou usuários, passaram a buscar e baixar facilidades de consumo e serviços que antes só eram possíveis num universo totalmente físico. Sair de casa virou quase que uma opção para diferentes questões. Serviços, como bancos, acesso a notícias e informação, ou a própria comunicação entre pessoas próximas ou distantes passou a ser algo que pode ser resolvido com o simples acesso à internet e posse de algum app que possibilite a ação no aparelho. A tecnologia tomou seu espaço, entendeu a sua demanda e torna-se parte, portanto, do cotidiano social. Conforme McLuhan:

A consequência psicológica mais evidente de uma tecnologia nova seja simplesmente a sua demanda. Ninguém quer um carro até que haja carros, e ninguém está interessado em TV até que existam programas de televisão. Este poder da tecnologia em criar seu próprio mercado de procura não pode ser desvinculado do fato de a tecnologia ser, antes de mais nada, usam extensão de nossos corpos e de nossos sentidos. (McLUHAN, 1964, p. 88)

E, complementando esta ideia de que a tecnologia se insere e cria seu público, isto ocorre independentemente de hábitos já estabelecidos por indivíduos. No caso de gerações mais velhas, que cresceram experimentando rádio e TV e criaram hábitos com relação a estas mídias, o smartphone surge como nova tecnologia e se insere na vida de usuários destas gerações, criando assim novas demandas. Se filhos e netos estão utilizando novas tecnologias para se comunicar, constrói-se uma nova dinâmica de relações, mediada por novos meios que vão surgindo conforme avanços tecnológicos.

Lévy, antes do novo milênio, já havia compreendido o que estava logo à frente e que seria a realidade para toda uma sociedade da informação com o advento dos smartphones e dos app:

Uma comunidade virtual pode, por exemplo, organizar-se sobre uma base de afinidades por intermédio de sistemas de comunicação

---

telemáticos. Seus membros estão reunidos pelos mesmos núcleos de interesses, pelos mesmos problemas: a geografia, contingente, não é mais nem um ponto de partida nem uma coerção. Apesar de “não presente”, esta comunidade está repleta de paixões e de projetos, de conflitos e de amizades. Ela vive sem lugar de referência estável: em toda parte onde se encontrem seus membros móveis... ou em parte alguma. (LÉVY, 1996, p. 20)

Ou seja, os laços passaram a se formar através de dados, não mais necessitando espaços físicos para encontros ou troca de ideias. O melhor exemplo, são os grupos de família formados no WhatsApp. Neles, tudo pode ser discutido com todos os membros, independentemente de onde estejam, a qualquer hora do dia. Turkle comenta sobre a atração do usuário com seus smartphones, os quais recebem nomes de doces de uma companhia norte-americana:

As pessoas amam suas novas tecnologias de conexão. Os pais fizeram com que os filhos se sentissem mais seguros e revolucionassem os estudos, a educação, a erudição e a medicina. Não é por acaso que a América corporativa escolheu nomear telefones celulares depois de sabores de doces e sorvetes: chocolate, morango, baunilha. Há uma doçura para eles. Eles mudaram a maneira como namoramos e como viajamos. O alcance global da conectividade pode tornar o posto avançado mais isolado em um centro de aprendizado e atividade econômica. A palavra "apps" invoca o prazer de tarefas realizadas em dispositivos móveis, alguns dos quais, apenas recentemente, não teríamos sonhado possível.<sup>4</sup> (TURKLE, 2011, p. 152)

De início, os smartphones conquistaram as gerações mais jovens, lançando apps de redes sociais, como Instagram, porém, ainda dentro de uma década, conquistaram avós e avôs de seus primeiros usuários. Esta é uma geração interessante de ser observada, hoje com 60 anos ou mais, passaram por experiências com diferentes tipos de mídias. Dentre elas, o rádio, a televisão e o jornal. Além, evidentemente, do telefone fixo, que estava presente em qualquer domicílio nas últimas décadas do século XX. Foi também a geração que experimentou por si só, ou através da experiência dos filhos, os primeiros computadores desktop, com teclados e mouse. E por fim, é a geração que chega hoje ao uso de seu smartphone, um aparelho que possibilita uma infinidade de oportunidades, desde entretenimento a questões de trabalho ou necessidades de locomoção e saúde. É o

---

<sup>4</sup> Tradução para: *People love their new technologies of connection. They have made parents and children feel more secure and have revolutionized business, education, scholarship, and medicine. It is no accident that corporate America has chosen to name cell phones after candies and ice cream flavors: chocolate, strawberry, vanilla. There is a sweetness to them. They have changed how we date and how we travel. The global reach of connectivity can make the most isolated outpost into a center of learning and economic activity. The word "apps" summons the pleasure of tasks accomplished on mobile devices, some of which, only recently, we would not have dreamed possible.*

novo companheiro de vovós em geral, que agora também possuem uma visão diferente de si mesmos, enxergando a velhice com um olhar de novas possibilidades, diferentemente do que eram gerações de idosos anteriores, que viviam por menos anos e a partir de determinada idade, o leque de possibilidades diminuía. Vale mencionar que as melhores condições de vida, junto com avanços na medicina, contribuem para esta questão da longevidade.

Conforme Dias (2012), existe um papel social da idade na velhice após a finalização de atividades laborais. Porém, conforme a própria autora, isto vem sendo transformado e a geração dos 60+ de hoje tem novas oportunidades.

As sociedades do conhecimento ou da informação, como as atuais, definiram novas possibilidades e limites para os idosos. Com a introdução das tecnologias da informação e da comunicação (TIC), mudou o modo de acesso e produção de conhecimento. O uso destas tecnologias tornou-se, nas sociedades em rede, não só num imperativo dos sistemas de ensino-aprendizagem, como condição de inclusão de todos os cidadãos. (DIAS, 2012, p. 52)

Esta inclusão na digitalização também transformou a maneira como os idosos articulam seus conhecimentos em meio à sociedade. Mudaram as formas de relacionar-se e os valores. Ainda conforme DIAS, o “novo estatuto social das pessoas idosas varia em função do grau de industrialização e desenvolvimento tecnológico da sociedade. O saber válido passou a ser o da ciência e da tecnologia e não o da tradição” (2012, p. 54).

Porém, este conhecimento e inclusão dependem de uma nova aprendizagem, conhecida por literacia da informação (*information literacy*). Este termo designa que

os indivíduos precisam orientar seus comportamentos, suas habilidades e suas atitudes para o melhor uso da informação e do conhecimento ao longo de toda a vida. Isto significar dizer nada mais nada menos do que inculcar nos indivíduos uma autodisciplina infocognitiva a serviço de si e a serviço da coletividade. (FERREIRA 2014, p. 115).

O termo, segundo o autor, teria sido usado inicialmente em 1974 por Paul Zurkowsky, na época presidente da *Information Industries Association* e que recomendava, de maneira formal através de relatórios ao governo, que a população fosse devidamente instruída a fim de consumir a variedade dos produtos tecnológicos disponibilizados pelo mercado. Convergente à Literacia informacional, existe o termo literacia midiática (*media literacy*) que, segundo Livingstone (2004) seria a capacidade de acessar, analisar, avaliar e criar mensagens através de uma variedade de contextos diferentes. Ou seja, o primeiro trata do

---

uso de artefatos, da tecnologia em si. O segundo está para o aspecto do conteúdo da informação e seu contexto.

Sobre a geração que está atualmente acima dos 60 em relação ao seu uso de internet, Tomsky comenta que:

Os mais jovens já foram socializados com a internet, essas pessoas precisaram passar por um processo de descoberta e adaptação à nova tecnologia. Hoje, muitos serviços estão disponíveis somente através da rede e, portanto, aqueles que não têm acesso a ela podem ser excluídos de importantes esferas sociais. (TOMSKY, 2016, p. 164)

Esta questão entra em choque com relação ao discurso otimista de Jenkins, quando faz uma afirmação mais generalizada do uso de apps que permitem compartilhamento de informações:

A disseminação de textos midiáticos nos ajuda a articular quem somos, reforçar nossas relações pessoais e profissionais, fortalecer nossos relacionamentos uns com os outros e construir comunidade e consciência em torno dos assuntos de que gostamos. E o compartilhamento de mídia através das fronteiras culturais aumenta a oportunidade de ouvir outras perspectivas e desenvolver empatia por perspectivas externas à nossa. Acreditamos que a construção de uma sociedade mais informada e mais engajada exigirá um ambiente no qual governos, empresas, instituições educacionais, jornalistas, artistas e ativistas trabalhem para apoiar, em vez de restringir esse ambiente de disseminação e a capacidade de todos terem acesso. não apenas tecnicamente, mas também culturalmente - para participar.<sup>5</sup> (JENKINS, 2013, p. 304 e 305)

Sabe-se, portanto, que existem informações para todos os gostos e opiniões. Percebe-se que o uso de cada geração com a mídia que está em voga se dá de forma diferente, pode haver diferentes tipos de interesse e objetivos com relação ao seu uso.

Com esta inclusão que abrange todas as gerações no universo digital, surgem grupos de família ou amigos configurados virtualmente através de apps como o WhatsApp e aproximação com pessoas através de redes sociais como o Facebook. As fotos de netos e passeios podem ser tiradas a qualquer momento sem haver a preocupação com número de poses existentes no rolo de filme e vídeos divertidos ou instrutivos, como

---

<sup>5</sup> Tradução para: The spreading of media texts helps us articulate who we are, bolster our personal and professional relationships, strengthen our relationships with one another, and build community and awareness around the subjects we care about. And the sharing of media across cultural boundaries increases the opportunity to listen to other perspectives and to develop empathy for perspectives outside our own. We believe that building a more informed and more engaged society will require an environment in which governments, companies, educational institutions, journalists, artists, and activists all work to support rather than restrict this environment of spreadability and the ability of everyone to have access—not just technically but also culturally—to participate in it.

---

receitas, podem ser trocados a um simples toque. Dias explica que os idosos possuem uma tendência em estar inclusos ou formar grupos sociais, e isto pode explicar o grande interesse por apps que possibilitem estes laços afetivos.

(...) os mais velhos tendem a agrupar-se. Esta tendência revela que os idosos interagem uns com os outros e fazem-no de forma a fazer parte de um grupo social em relação ao qual têm categorias e elementos de definição implícitos e explícitos. Tendo em consideração todos estes elementos podemos definir a velhice simultaneamente como uma etapa da vida, uma categoria (não uniforme) e um grupo social. (DIAS, 2012, p. 53)

Apesar de conhecerem os recursos para interagir e compartilhar conteúdo, existe um universo de grandes possibilidades quando se tem livre acesso à internet, assim como qualquer outro usuário de outra geração, os idosos também podem se envolver em situações danosas, como é o caso de crença e envio de *fake news*. Pesquisa americana realizada com idosos, todos usuários de smartphone acima de 65 anos, concluiu que este público tende a compartilhar quase 7 vezes mais conteúdos falsos do que grupos mais jovens (Idosos, 2019). Percebe-se que não é questão apenas de não entender questões técnicas do uso, mas sim de como utilizar também a ferramenta para buscar informações válidas.

Num pensamento lógico e ideal, o smartphone seria uma ferramenta que serve como um grande aliado para o idoso para resolver diferentes questões. Porém, grande parte destes idosos possui algum grau, no mínimo, de dificuldade em relação às interfaces gráficas dos apps ou do próprio sistema do aparelho. Estas dificuldades vão desde questões de design gráfico, levando em conta o tamanho de fontes ou botões, cores e contrastes ou entendimento de ícones, a questões de âmbito mais cognitivo, que dizem respeito à navegação e uso de funcionalidades e recursos.

### **Procedimento metodológico**

Como procedimento metodológico para este trabalho, foram realizadas a experimentação e a observação de elementos específicos de usabilidade das GUIs de mídias digitais móveis, no caso, apps para smarthone, elaboradas para usuários idosos. A primeira etapa foi a escolha dos apps que tivessem relevância no mercado digital. Com o novo cenário de pessoas mais idosas utilizando smartphones e tendo em vista dificuldades físicas e cognitivas que surgem com o avanço da idade, o mercado tem estado atento para criar produtos para estes usuários. Surgiram apps que simulam telas iniciais adaptadas para

diferentes tipos de usuários, que também podem ser chamadas de skins. Estas são tecnologias desenvolvidas para idosos de grupo mais velho, que já podem possuir alguma dificuldade cognitiva ou física.

A escolha do Phonotto e do Big Launcher para este estudo ocorreu por serem eles os de maior volume de downloads. Phonotto possui mais de 10.000 enquanto que o Big Launcher possui mais de 500.000 downloads. O tablet do GrandPad é uma tecnologia disponível para comercialização nos Estados Unidos, porém seu app está disponível nas app stores para iOS ou Android em qualquer localização. A escolha desta tecnologia se deu por ser uma rede fechada, contrastando com os demais apps existentes para smartphone.

Para a análise dos apps, foi realizada a experimentação, através da instalação e utilização dos apps, junto à observação de questões de usabilidade com base nas GUIs de cada um. A experimentação foi para verificar questões de funcionamento e navegação, permitindo um melhor entendimento sobre a tecnologia em si. Na observação sobre as questões de usabilidade, foram verificadas especialmente as configurações dos sistemas e os recursos disponíveis nas GUIs. Junto a observação, foram realizadas buscas por informações nos websites e no Google Play (loja de apps para Android/Google) respectivas à cada tecnologia estudada. Verificou-se também, no caso dos apps de skins para Android, a avaliação de cada app no Google Play, o que é indício de que o app está sendo aceito ou não por seus usuários.

## **Análise dos skins para Android e do Grand Pad**

### **a) Skins para Android:**

Para questões de análise, os skins para Android foram instalados em um smartphone e experimentados de forma que sua gerassem um entendimento de suas funcionalidades e recursos disponíveis na interface gráfica. Também foram observadas informações na Google Play e respectivos websites<sup>6</sup> de cada app.

**a.1) Phonotto:** Este app, disponibilizado na Google Play pela empresa DuckMa Inc, pode ser baixado gratuitamente e funciona em sistemas Android. Tem como proposta facilitar o acesso a funcionalidades básicas e uso de recursos para comunicação de idosos, evitando que a tela inicial fique condensada por apps diversos e notificações.

---

<sup>6</sup> Disponíveis em: <http://www.phonotto.com/?lang=it> e <http://biglauncher.com/pt/>. Acesso em: 17 Jul 2019.



Contempla basicamente o seguinte



Figura 1: Captura de tela da interface gráfica do aplicativo Phonotto.

**Interface Gráfica do Usuário (GUI):** a tela é composta por uma interface gráfica do usuário bastante simples, com botões e ícones grandes e distribuídos com algum distanciamento um do outro, sendo exigido apenas dois toques rápidos para cada ação. Na tela inicial, são bastante evidentes os botões de recursos para comunicação em geral e de fotos. Os ícones de contatos para ligações, mensagens e telefone dividem a tela com um ícone de fotografias e outro que indica levar para os apps instalados no sistema.

Ao abrir a tela dos apps, estes aparecem em tamanho menor e podem ser excluídos no botão x. Botões de navegação, para trocar as páginas em que os apps se encontram, também são bem evidentes. Junto a estes ícones, aparecem também botões de notificações. Ao abrir algum desses apps, porém, a interface é a original do próprio aplicativo, não estando mais o usuário “protegido” ou “guiado” por um skin.

**Configurações:** são feitas inicialmente, porém permite reconfigurar algumas funcionalidades após. O guia por voz funciona apenas no idioma nativo, apesar de o idioma ter sido trocado no início do uso. Destaque para os ajustes que estão pendentes, informados com um banner junto ao ícone de configurações.

Percebe-se que o foco deste skin é a comunicação - mensagens e telefone, sendo os demais aplicativos baixados de menor destaque. A ideia das fotos nos contatos para chamadas telefônicas é atrativa, porém a um primeiro instante pode não ser tão intuitiva, parecendo-se também com uma galeria de fotos. Um ícone sempre pode ajudar num primeiro momento, ou se houver alguma fase de transição para aprendizado da ferramenta. A avaliação deste app na Google Play Brasil é de uma média de 3,6 pontos, contando com 289 participantes. Observa-se um número alto de votações negativas também.

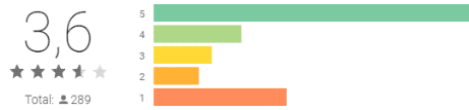


Figura 2: Avaliação do Phonoto na Google Play. Fonte: Google Play.<sup>7</sup>

### a.2) Big Launcher (versão gratuita):

O Big Launcher, desenvolvido pela empresa homônima Big Launcher, é um app para download em sistemas Android, que permite um skin para as telas iniciais. É um app que possui uma composição que pode ser personalizada, conforme demandas e necessidades do usuário. Basicamente, possui:

**Interface Gráfica do Usuário (GUI):** Interface gráfica bastante simplificada e objetiva, organizada com botões e ícones grandes. Possui opções de personalização com temas e cores diferentes, conforme preferência de seu usuário. Também apresenta opções de ícones para download. A tela inicial destaca o nível de bateria, conexão data e hora, junto a um conjunto de botões. Este conjunto, em seu padrão inicial, não personalizado, possui os ícones de telefone, mensagens, câmera fotográfica, galeria de fotos, chamadas de emergência (SOS) e botão para demais apps. Exige apenas um toque para acessar funcionalidades. Assim como o caso anterior, os demais apps que estão baixados no sistema, não possuem sua interface alterada, estando novamente o usuário frente ao padrão original.

**Configurações:** são feitas inicialmente, porém permite reconfigurar algumas funcionalidades após. Existe um guia por voz, porém este não é padrão do app, sendo preciso configurá-lo.

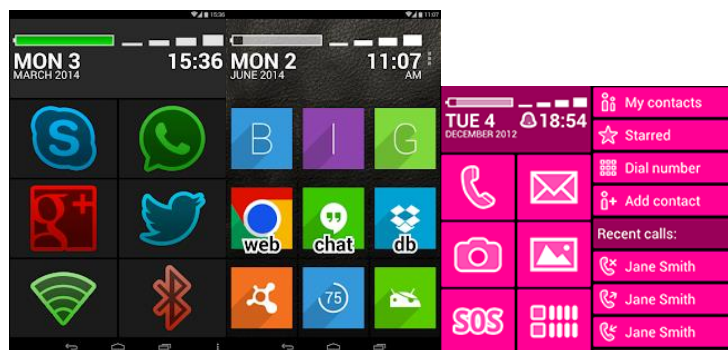


Figura 3: Captura de tela da interface gráfica do aplicativo Big Launcher com variação de cor e contraste.

<sup>7</sup> Disponível em: [https://play.google.com/store/apps/details?id=com.duckma.phonotto&hl=pt\\_BR](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.duckma.phonotto&hl=pt_BR). Acessado em: 22 Jun 2019.

Este app tem maior abrangência de mercado e também oferece mais possibilidades quanto à interface gráfica. O simples fato de permitir personalizações de cores e formatos já demonstra uma maior preocupação em atingir as peculiaridades e necessidades de cada usuário. Percebe-se aqui também uma maior importância dada aos apps de comunicação e fotos, que estão no padrão do *template* inicial. Sua avaliação na Google Play Brasil é de 4,2, de um total de 4.296 participantes. A grande maioria avaliou muito bem o app, tendo uma escala de votação ruim bastante inferior do app analisado anteriormente.

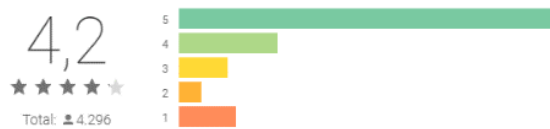


Figura 4: Avaliação do Big Launcher na Google Play. Fonte: Google Play. <sup>8</sup>

## b) GrandPad

A análise do Grand Pad foi feita com base experimentação do app em smartphone, junto a coleta de informações no website<sup>9</sup> do app. Com uma interface bastante simples, o tablet é especialmente produzido para a geração mais idosa, com alguma dificuldade cognitiva ou física. No site, uma breve definição do produto diz o seguinte: “O GrandPad é a maneira mais inteligente, simples e segura de conectar idosos com seus entes queridos, para que eles nunca mais percam outra memória”.



Figura 5: Tablet do GrandPad. Fonte: Website Grand Pad.

Para a utilização, uma pessoa deve adquirir o produto, ganhando um tablet de forma consignada. Os demais usuários - parentes ou amigos, podem fazer download do aplicativo. Toda a interação entre os usuários, como troca de e-mails, ligações, envio de fotos ou mensagens, é feita dentro do próprio app, o que os mantém em uma rede fechada. Por isto, a venda da ideia de segurança para quem utiliza. O tablet, diferentemente do

<sup>8</sup> [encurtador.com.br/mwP69](http://encurtador.com.br/mwP69). Acessado em: 22 jun 2019.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.grandpad.net/#>. Acessado em: 22 jun 2019.

iPad ou tablets de outras marcas, permite acesso apenas ao próprio app. Percebe-se, na descrição dos recursos no website institucional, um apreço ao laço familiar, passando novamente uma ideia de rede fechada.

**Interface Gráfica do Usuário (GUI):** A interface é elaborada com ícones grandes e coloridos, posicionados com distanciamento entre cada elemento. Botões são grandes e parecem intuitivos. Informações de data e hora também compõe a tela inicial.

Os recursos disponíveis na interface são os seguintes: ligações, e-mails, visualização de fotos ou vídeos, envio de fotos, previsão do tempo, música, jogos.

**Configurações:** são feitas inicialmente e podem ser revistas, sendo preciso que outros usuários instalem o app para que a interação seja possível.

### **Discussões acerca das tecnologias analisadas**

A interface do usuário é um elemento chave para que uma interação mediada por computador ocorra. Quando se trata de públicos mais específicos, como é o caso de idosos, a interface precisa ser desenhada de acordo que possa atender a demandas peculiares, tais como possíveis problemas cognitivos ou dificuldades físicas que sejam ocorrem por causa da idade avançada. Para McKay (2013), é de grande importância que a interface seja bem desenhada e dirigida para o público alvo, ou, no caso o usuário específico de um produto digital. Segundo o designer e pesquisador, as pessoas são emocionais e reagem emocionalmente à aparência visual de um produto. Seu produto deve parecer a parte - deve parecer que cumpre bem o propósito. Ainda conforme McKay, os usuários precisam de uma orientação espacial para saberem para onde olhar e onde encontrar o que precisam de forma rápida, sem sobrecargas.

No caso do design destes sistemas para idosos, isto se concretiza, especialmente no caso do GrandPad e nas telas iniciais dos skins. Ou seja, existe condução de ações a serem feitas, como a limitação de funcionalidades na tela – sempre oferecem poucos elementos, de tamanho grande e fáceis de tocar. Neste sentido, para permitir que diferentes públicos possam utilizar e se beneficiar de novas tecnologias de comunicação, é preciso que haja um ciclo de reinvenção, adaptação, baseado em pesquisa sobre experiências de usuário a fim de criar novas soluções. Desta forma, Scolari comenta que à medida que a tecnologia se torna mais sofisticada, se torna mais biológica. Para sobreviver, as interfaces se movem, estabelecem relações e interatuam com outras

---

interfaces como um organismo vivo”<sup>10</sup> (SCOLARI, 2018 p. 135). O pesquisador gosta da ideia de que as interfaces são metabólicas, ou seja, se tornam orgânicas e se moldam conforme vão sendo transformadas para seus públicos. A geração idosa é, portanto, alvo de estudo de novos formatos de interface de comunicação no universo digital e as gerações idosas que estão por vir nos próximos anos, sucedendo, serão novamente alvo de pesquisas para uma nova e diferente interface e assim por diante.

Em pesquisa empírica, Dias (2012) obteve como resultado que os idosos mais velhos preferem aparelhos com menos recursos, foco em comunicação e resolução de problemas, enquanto que os mais novos tendem a um aparelho que possam explorar mais recursos:

Os seniores mais jovens acabam por explorar outras funções do telemóvel (por exemplo, mensagens, fotografia, ouvir música, consulta da internet), ao contrário dos mais velhos que se ficam principalmente pela utilização das funções de comunicação com a família e os amigos. Revelam, de igual modo, uma maior apetência por telemóveis tecnologicamente mais evoluídos, ao contrário dos seniores mais velhos. DIAS (2012, p. 71)

Isto vai de acordo com a oferta de recursos que as interfaces gráficas dos apps e do GrandPad oferecem, de forma a deixar bem claro ao usuário quais funcionalidade estão disponíveis para seu uso.

Por fim, um fator que permite a usabilidade e acesso às funcionalidades comunicacionais é o desenho dos ícones. Os ícones são representações e, conforme Johnson (1997, p. 18), assumem formas de metáforas. No caso dos ícones das funcionalidades das tecnologias analisadas, as metáforas são de objetos como telefone, carta, balão de mensagens e câmera fotográfica. Remetem a elementos do mundo físico e permitem, portanto, um entendimento, especialmente de um público habituado a tais elementos durante décadas no mundo físico.

### **Considerações finais**

Ao analisar as interfaces e recursos disponíveis nas tecnologias desenvolvidas para uso mídias digitais móveis por pessoas idosas, ficou evidente o apelo e o destaque

---

<sup>10</sup> Tradução para: *A medida que la tecnologia se hace más sofisticada, se vuelve más biológica. Para poder sobrevivir, las interfaces se mueven, establecen relaciones e interactúan con otras interfaces como un organismo vivo.*

para questões que envolvem a comunicação e o estreitamento dos laços familiares. Recursos para comunicação interpessoal, como o e-mail, ligações ou envio de mensagens ficam em destaque em telas iniciais padrão. Talvez esta seja a maior peculiaridade do tipo de uso desta geração, significando que um smartphone ou um tablet possa ser uma evolução de meios de comunicação anteriores, como cartas ou telefone.

Percebe-se o estreitamento aos laços familiares também no destaque de fotografias e vídeos que podem ser compartilhados e enviados. Fotos de netos e da família podem ser mais rapidamente acessados e enviados, percebe-se que a interface gráfica é bem elaborada para facilitar esta função. O GrandPad oferece uma proposta interessante e diferenciada, porém cria uma rede bastante fechada, sem acesso a conteúdo externo. Mas, talvez, não seja o foco por questões mercadológicas em que o objetivo seja justamente manter o idoso dentro de uma esfera social mais fechada no que tange se uso.

Novas ferramentas digitais possibilitam, portanto, novas formas de comunicação e interação. E isto pode-se observar mesmo em contextos familiares, que possuem laços mais estreitos, porém que agora seguem estreitados e talvez intensificados pela maneira como a tecnologia permite suas modulações - como grupos de conversa que os usuários formam em apps como o WhatsApp. Ocorre, portanto, uma mudança social, de comportamento e novos padrões. Junta-se, no caso do público mais idoso, pessoas que conviveram com diferentes culturas midiáticas; diferente de uma geração alpha, que são as crianças de hoje que já nasceram em um mundo em que os apps de smartphone fazem parte do dia a dia, a geração dos idosos entrou nesse universo *always on* na etapa final de suas vidas. Portanto, são formas de se comunicar e entender as coisas completamente diferentes.

Por fim, é válido comentar que a geração que faz uso deste tipo de recurso ainda é a geração que não teve muito contato com tecnologias móveis digitais, passou talvez 70 ou 80 anos sem elas e para eles isto pode ter significados diferentes. As gerações que conviveram com tecnologias por mais tempo, talvez os idosos com mais idade dentro de 10 ou 20 anos, sintam outras necessidades em relação a tecnologias digitais desenvolvidas especialmente para eles, pois estão tendo contato com estas possibilidades a partir de seus 50 ou 60 anos. Portanto, vale comentar que as tecnologias deixam marcas em cada tempo e em cada geração, alterando comportamentos e as formas como as pessoas se comunicam de tempos em tempos. Fato é, como Bauman bem colocou, que as barreiras físicas já não existem mais, as novas tecnologias móveis possibilitam a formação dos laços humanos:

---

“a proximidade não exige mais contiguidade física e a contiguidade física não determina mais a proximidade” (BAUMAN, 2004, p. 81).

## REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- DIAS, Isabel. O uso das tecnologias digitais entre os seniores: motivações e interesses. Em: **SOCIOLOGIA, PROBLEMAS E PRÁTICAS**, n.º 68, 2012, pp. 51-77, DOI: 10.7458/SPP201268693.
- FERREIRA, Rubens S. A sociedade da informação como sociedade de disciplina, vigilância e controle. **Información, cultura y sociedad**, Buenos Aires, n. 31, p. 109-120, 2014. Disponível em: <<http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/1060>>. Acesso em: 18 jul 2019.
- IDOSOS tendem a compartilhar mais "fake news", diz estudo. Deutsche Welle. Alemanha, 10 jan. 2019. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/idosos-tendem-a-compartilhar-mais-fake-news-diz-estudo/a-47026759>>. Acesso em: 15 jan. 2019.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture**. New York: NY University Press, 2013.
- JOHNSON, Steven. **Cultura da interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- LIVINGSTONE, Sónia. **Active Participation or just more information? Young people's take up of opportunities to act and interact on the internet**. Londres: London School of Economics and Political Science, 2004.
- LÉVY, P. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MCKAY, Everett. **UI is communication**. How to design intuitive, user-centered interfaces by focusing on effective communication. Nova Iorque: Elsevier, 2013.
- SCOLARI, Carlos. **Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología**. Madri; ed. Gedisa, 2018.
- TOMSKY, Veronica. **Internet, sexo e velhice**. Em: GOLDENBERG, Mirian (org). **Velho é lindo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.
- TURKLE, Sherry. **Alone together: Why we expect more from technology and less from each other**. Nova Iorque: Basic Books, 2011.