

CARACTERÍSTICAS E MOTIVAÇÕES DO USO DE INTERNET ENTRE PESSOAS ACIMA DE 50 ANOS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

ISABELLA LEANDRA SILVA SANTOS

Doutoranda em Psicologia Social na Universidade Federal da Paraíba – PB. isabella.silva@academico.ufpb.br;

RESUMO

O presente estudo objetivou compreender as características e motivações de brasileiros acima dos 50 anos para utilizar a internet e as redes sociais. Foi utilizada uma amostra não-probabilística por conveniência de 27 participantes de todas as regiões brasileiras, com idade média de 54,3 anos (DP = 4,97; EP = 0,95). Foram realizadas análises descritivas e teste-t para amostras independentes através do SPSS. Os resultados indicaram que o WhatsApp e o Instagram são as redes sociais mais utilizadas por essa população, e que a principal motivação para o uso da internet é o acesso à informação. Discute-se então a necessidade de intervenções que busquem o combate da proliferação de informações falsas dentre esse grupo, bem como o desenvolvimento de interfaces mais apropriadas nas redes sociais mais utilizadas. Conclui-se que o objetivo foi cumprido, sendo necessário que estudos futuros aprofundem a compreensão do tema, em especial da acurácia das informações acessadas por pessoas acima dos 50 anos na internet.

Palavras-chave: Internet, Redes sociais, Motivações.

INTRODUÇÃO

Há alguns anos atrás, a internet e as redes sociais eram consideradas ferramentas quase que exclusivamente utilizadas por adolescentes e jovens adultos. A exclusão digital, conceito que se refere a grupos que são deixados de fora desses desenvolvimentos tecnológicos (KHALID & PEDERSEN, 2016), era algo comum quando se considerava populações mais velhas nos primeiros anos de popularização da internet.

Contudo, conforme a tecnologia da informação se tornou parte das nossas vidas diárias, esse cenário começou a se transformar: no Brasil de 2020, 74% dos sujeitos entre 45-59 anos eram usuários da internet, com esse número chegando à 38% em indivíduos com mais de 60 anos (STATISTA RESEARCH DEPARTMENT, 2022a). Uma pesquisa de 2022 revelou também que a porcentagem de sujeitos que usam redes sociais disparou de 37% para 73% (na faixa etária entre 50-64 anos) e de 11 para 45% (em sujeitos acima de 65 anos) desde 2012 (PEW RESEARCH CENTER, 2022).

Durante a pandemia da COVID-19, as redes sociais também se tornaram uma ferramenta para promoção e manutenção de interações sociais mesmo no cenário de distanciamento: Ramos e colaboradores (2020) exemplificam essa afirmação com a intervenção "Pandemia da solidariedade", onde um grupo de Whatsapp foi utilizado como meio de desenvolvimento de atividades com idosos como envio de exercícios físicos e cognitivos, dinâmicas associadas a datas comemorativas e distribuição de livros.

Se por um lado a internet é capaz de promover contato social, acesso á atividades da comunidade e a informação (KWONG, 2015), existem também os malefícios dessas tecnologias, especialmente quando se fala de uma população que ainda não é o foco de seu desenvolvimento: como apontado por Yabrude e colaboradores (2020), mesmo com a proporção de idosos utilizando a internet crescendo no Brasil, problemas como o excesso de informações sem fundamentação, combinados com a falta de conhecimento apropriado para o uso de ferramentas online transforma essa faixa etária num grupo de risco para o consumo e perpetuação de notícias falsas, por exemplo. Assim, observa-se uma necessidade de entender as características e motivações do uso de internet em pessoas mais velhas.

Mas, porque estudar esse tema é relevante? Como apontado por Hämmerle e colaboradores (2020), a digitalização e o envelhecimento das populações são duas questões proeminentes nas sociedades atuais. Com o aumento das expectativas de vida ao redor do mundo, a população mais velha se torna uma parte crescente dos usuários do mundo virtual (NAÇÕES UNIDAS, 2017). Desse modo, considerando a importância da inclusão digital de pessoas idosas, tanto num ponto de vista de acesso ao conhecimento quanto para comunicação, se faz necessário compreender de que maneira esse acesso vem ocorrendo no contexto brasileiro.

Essas informações também podem servir como base para o desenvolvimento de intervenções apropriadas para essa faixa etária na área. Além disso, compreender quais redes são mais utilizadas pelos idosos pode contribuir no desenvolvimento de projetos que busquem melhorar a acessibilidade dessas aplicações, como proposto, por exemplo, por Zahida e colaboradores (2021) no cenário internacional e por Mendes e colaboradores (2018) em contexto brasileiro.

Assim, através dessa breve revisão de literatura, é possível observar que cada vez mais pessoas mais velhas estão incluídas no cenário online, sendo necessário compreender seus hábitos de utilização do meio virtual. Desse modo, o objetivo do presente estudo foi compreender as características e motivações de brasileiros acima dos 50 anos para utilizar a internet e as redes sociais.

METODOLOGIA

Amostra

Compuseram a amostra do estudo 27 participantes, sendo 77,8% mulheres, com uma média de idade de 54,3 anos (DP = 4,97; EP = 0,95). 81,5% dos participantes estavam entre 50 – 59 anos. Participaram voluntários de todas as regiões brasileiras (Norte: 3,7%; Nordeste: 44,4%; Centro-Oeste: 11,1%; Sudeste: 33,3%; Sul: 7,4%). Tratou-se de uma amostra não probabilística por conveniência.

Materiais e Instrumentos

Para medir a frequência do uso de redes sociais, os participantes responderam uma escala tipo Likert que questionava sua utilização

das redes WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter e Tiktok. Essa escala ia de "Não utilizo essa rede social" até "Utilizo essa rede social várias vezes ao dia".

Já para compreender as motivações de uso da internet, foi utilizada uma questão aberta, que questionava qual a motivação principal do respondente para usar a internet. Essas respostas foram categorizadas de acordo com sua similaridade. Em casos onde o participante forneceu mais de uma resposta, apenas a primeira foi considerada. Finalmente, os voluntários responderam um questionário sociodemográfico, objetivando assim caracterizar a amostra utilizada.

Procedimentos

A coleta de dados ocorreu de forma online, através de um questionário desenvolvido no Formulários Google e compartilhado nas redes sociais WhatsApp, Facebook e Instagram. Os participantes poderiam entrar em contato com os pesquisadores a qualquer momento, utilizando a rede social em que receberam o questionário ou via email.

Salienta-se que os dados utilizados no estudo fazem parte de uma pesquisa de dissertação mais abrangente, voltada a compreender o comportamento online dos brasileiros. Esse estudo foi avaliado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal da Paraíba (CAAE: 34920820.8.0000.5188; Parecer: 4.299.196). A participação ocorreu exclusivamente mediante concordância com Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Foram respeitadas todas as diretrizes referentes à pesquisas com seres humanos, salientadas na Resolução 510/16.

Análise de Dados

Para compilação e análise dos dados foi utilizado o *software* estatístico SPSS, mais especificamente: análises descritivas (objetivando representar as características da amostra) e o teste-t para amostras independentes (com o objetivo de verificar diferenças de gênero no uso de redes sociais e nas motivações para usar a internet).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Uso de Redes Sociais

Inicialmente, observou-se a frequência de utilização das cinco redes sociais apresentadas a amostra. Os dados estão detalhados na **Tabela 1**. De modo geral, o Whatsapp foi a rede social mais usada, com 88,9% dos sujeitos a acessando ao menos diariamente. Esses dados vão de acordo com a investigação de Borges (2019) no interior do Rio Grande do Norte, onde essa era a rede social mais popular entre os idosos, que tinham como motivação a curiosidade e a busca por contato social. Desse modo, projetos que buscam aumentar a acessibilidade dessa rede social (ALMAO & GOLPAYEGANI, 2019; MENDES et al., 2018; ZAHIDA et al., 2021) se tornam ainda mais urgentes.

O Instagram se mostrou como a segunda rede social mais utilizada (77,7% da amostra a acessava ao menos diariamente, e apenas 7,4% dos participantes não a usava). Num estudo brasileiro de 2019, foi observado que mesmo em comparação com faixas etárias mais jovens, a satisfação na utilização dessa rede social entre idosos é alta, e que 90% consideraram a interface do aplicativo atraente (GIASSI & SEABRA, 2019). Outras pesquisas também demonstram que o Instagram tem sido utilizado por esse grupo como uma forma de desafiar estereótipos negativos relacionados ao envelhecimento, compartilhando sua vida diária e desassociando a imagem de pessoa idosa como “frágil e limitada” (MIRANDA; ANTUNES; GAMA, 2021, 2022). Portanto, enquanto o WhatsApp parece ser utilizado principalmente como ferramenta de comunicação, o Instagram se mostra como uma plataforma de compartilhamento de uma identidade.

A frequência de utilização do Facebook foi relativamente similar a do Instagram (62,9% de uso diário), apesar de pesquisas demonstrarem que os objetivos do uso de cada rede social sejam diferenciados. Haris e colaboradores (2014) apontam que o foco do uso do Facebook nesse grupo é a construção e manutenção de vínculos de amizade, formação de grupos e busca de suporte emocional. Os resultados de Mo e colaboradores (2018), mais recentemente, corroboram essa afirmação. Desse modo, é possível observar que não só pessoas idosas estão cada vez mais presentes nas redes sociais, mas sua utilização

de cada uma dessas aplicações parece servir a necessidades psicossociais diferenciadas.

Finalmente, as redes sociais Tiktok e Twitter foram as menos utilizadas pela amostra, com nenhum dos participantes acessando o Tiktok diariamente e apenas 11,1% realizando esse acesso ao Twitter. Apesar dessas informações serem corroboradas por investigações recentes, que demonstram que essas redes sociais tem um público majoritariamente mais jovem (CECI, 2022; STATISTA RESEARCH DEPARTMENT, 2021), não foram encontradas na literatura explicações para tal fenômeno. Algumas possibilidades são que talvez as redes sociais mencionadas anteriormente já cumpram funções que outras poderiam realizar. No caso do Tiktok especificamente, o fato de ser a rede social mais jovem da lista também deve ser levado em consideração.

Saindo da frequência geral, a **Tabela 2** indica que não houveram diferenças significativas entre os gêneros na frequência do uso de redes sociais. Esses dados vão contra informações acerca da população geral (e.g. STATISTA RESEARCH DEPARTMENT, 2022b, 2022c), contudo, essas pesquisas são em sua maioria compostas por pessoas mais jovens, a maior parcela da demografia dessas redes sociais.

Sendo concluída a análise das características de utilização das redes sociais, se passou para a segunda parte dos resultados, investigando a questão: Afinal, o que motiva o uso da internet por pessoas mais velhas?

Tabela 1 – Características do Uso de Redes Sociais da Amostra

Rede Social	Não utiliza essa rede social	Menos de uma vez por mês	2-3 vezes por mês	Algumas vezes por semana	Diariamente	Várias vezes ao dia
Whatsapp	0%	0%	0%	11,1%	22,2%	66,7%
Instagram	7,4%	7,4%	0%	7,4%	33,3%	44,4%
Facebook	18,5%	0%	7,4%	11,1%	40,7%	22,2%
Tiktok	88,9%	3,7%	0%	7,4%	0%	0%
Twitter	63%	3,7%	14,8%	7,4%	3,7%	7,4%

Fonte: Os autores

Tabela 2 - Uso de Redes Sociais: diferenças de gênero

Rede Social	Média Feminina (Desvio-Padrão)	Média Masculina (Desvio-Padrão)	t	df	p
Whatsapp	4,57 (0,67)	4,50 (0,83)	0,21	25	0,830
Instagram	4,00 (1,34)	3,33 (2,25)	0,69	6	0,515
Facebook	3,29 (1,61)	3,00 (2,36)	0,34	25	0,733
Tiktok	0,19 (0,68)	0,50 (1,22)	-0,81	25	0,422
Twitter	0,95 (1,50)	1,56 (1,97)	-0,71	25	0,481

Motivações para Usar a Internet

Primeiramente, as respostas dos participantes foram categorizadas conforme a similaridade das motivações apresentadas, como pode ser observado na **Tabela 3**. Nesse sentido, cinco categorias principais de motivação surgiram: o contato social (manutenção e criação de vínculos, interação social), o estudo (fazer cursos, aprender novas habilidades), a informação (buscar notícias acerca de temas específicos), a internet como passatempo (para se divertir, lazer) e o trabalho (participar de atividades relacionadas à ocupação, resolução de problemas).

Tabela 3 - Categorização das Motivações para o uso de Internet.

Categoria da Resposta	Exemplos de Respostas
Contato Social	"Amigos"
Estudo	"Pesquisas para a faculdade"
Informação	"Facilidade para encontrar informações."
Passatempo	"Diversão"
Trabalho	"Trabalhar"

Mas quais foram as categorias mais presentes? Como demonstrado na **Figura 1**, os participantes utilizaram a internet principalmente como forma de acesso à informação, corroborando dados de Deursen e

Helsper (2015), ao nível internacional, e de Krug e colaboradores (2018) no contexto brasileiro: essa pesquisa acompanhou mais de mil idosos em Florianópolis, destacando que alguns dos principais objetivos do uso da internet nessa amostra eram buscar informações acerca de bens, serviços, notícias e relacionadas à saúde.

Essas informações também demonstram a evolução das razões principais para utilização da internet por pessoas mais velhas, tendo em vista que a busca de informações online ainda era extremamente baixa nesse grupo em meados de 2003 (FOX, 2004; HUNSAKER & HARGITTAI, 2018). Mas essa utilização é de fato benéfica? É possível ver dois lados da questão: por um lado, pesquisas como a de Meireles e Fortes (2016) observam que uma grande parcela da população idosa atribui a internet a capacidade de proporcionar maior acesso à informação e conhecimento.

Por outro lado, a porcentagem de notícias falsas acessadas e compartilhadas por pessoas mais velhas é consideravelmente alta, especialmente em casos onde a internet é uma das principais formas de acesso à informação do participante (PHANMOOL & PROPUNPROM, 2021). Desse modo, a necessidade de cautela com a busca de informação como principal motivação para o uso da internet é evidenciada (YABRUDE et al., 2020).

Esses dados também se tornam interessantes quando comparados com a rede social mais utilizada pela amostra, o WhatsApp. Isso porquê, projetos como os de Nguyen e Woo (2020), onde essa rede social é utilizada com o objetivo de compartilhar informações relevantes a esse público-alvo (no exemplo citado, conhecimento acerca de sintomas de demência), são cada vez mais comuns. Desse modo, as redes sociais se tornam não só uma ferramenta de interação e entretenimento, mas também de acesso à conhecimento.

A segunda motivação principal relatada para o uso de internet foi o trabalho. Essa resposta também pode ter sido afetada pelo fato da pesquisa ser realizada durante o contexto da pandemia do COVID-19, onde inúmeros trabalhadores se constatarem na necessidade de migrar para o *home office*, independente de seu nível de conhecimento das tecnologias necessárias para tal alteração (LOSEKANN & MOURÃO, 2020).

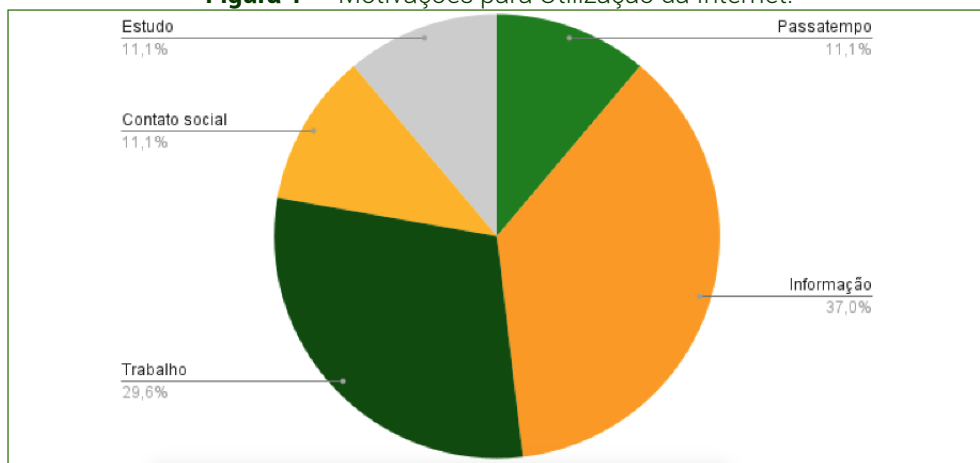
O contato social, o passatempo e o estudo empataram no número de respondentes que os destacaram como motivações principais para utilização da internet. Essas motivações também foram citadas como benefícios do meio virtual em estudos anteriores (HARIS et al., 2014; MEIRELES & FORTES, 2016).

Como discutido no tópico anterior, o contato social é um dos principais aspectos do uso de redes sociais por idosos, proporcionando desenvolvimento e manutenção de relacionamentos e podendo até mesmo impactar positivamente a qualidade de vida (JANTSCH et al., 2012). Chepe e Adamatt (2015), num estudo com idosos brasileiros, observaram numa análise qualitativa que os termos “socialização” e “comunicação” eram essenciais para compreender o uso do Facebook por essa população naquela época, também corroborando informações trazidas anteriormente.

A busca de lazer e entretenimento na internet também parece frequente nessa população, em especial considerando as mudanças trazidas pela pandemia do COVID-19 (RIBEIRO et al., 2020). Alguns exemplos de passatempos apreciados por essa faixa etária encontrados na literatura são a criação e edição de álbuns de fotos virtuais, jogos online e o *streaming* de conteúdo, como vídeos e músicas (DONG et al., 2018; NIMROD, 2009).

Falando do uso da internet como ferramenta de estudo, autores como Eynon e Helsper (2010) questionam se esse advém de escolha ou exclusão: em outras palavras, estaria a população mais idosa utilizando esse meio para aprendizagem por existirem benefícios reais ou por falta de outras oportunidades? De uma forma ou de outra, Machado e colaboradores (2011) indicam que o desenvolvimento de ambientes de ensino-aprendizagem virtuais para a população mais velha devem ser diferenciados para de fato se tornarem eficazes. A intervenção de Cachioni e colaboradores (2021) acerca do letramento digital corrobora essa preocupação.

Figura 1 – Motivações para Utilização da Internet.



Fonte: Os Autores.

Por fim, foram investigadas diferenças de gênero nas motivações para utilizar a internet (**Tabela 4**), sendo observado diferenças significativas em apenas duas categorias: homens utilizaram mais a internet para se informar ($t = -2,98$; $p < 0,01$), enquanto mulheres a usaram mais para o trabalho ($t = 3,50$; $p < 0,01$). Esses resultados contradizem o observado por Deursen e Helsper (2015), onde os participantes homens usavam a internet mais para propósitos recreativos e as mulheres para contato social. Contudo, é importante salientar que essas diferenças podem advir das formas de mensuração utilizadas (o presente estudo solicitou apenas a motivação principal, enquanto a pesquisa citada mensurou a importância de uma série de motivações).

Tabela 4 – Motivação principal para usar a Internet: diferenças de gênero

Motivação Principal para usar a Internet	Média Feminina (Desvio-Padrão)	Média Masculina (Desvio-Padrão)	t	df	p
Informação	0,23 (0,43)	0,83 (0,40)	-2,98	25	0,006
Trabalho	0,38 (0,49)	-*	3,50	20	0,002
Contato Social	0,14 (0,35)	-*	0,96	25	0,345
Estudo	0,14 (0,35)	-*	1,82	20	0,083

Passatempo	0,09 (0,30)	0,16 (0,40)	-0,475	25	0,639
------------	----------------	----------------	--------	----	-------

*Nenhum participante a reportou como motivação principal nesse grupo

Fonte: Os autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do presente estudo foi compreender as características e motivações de brasileiros acima dos 50 anos para utilizar a internet e as redes sociais. Os resultados demonstraram uma alta porcentagem de pessoas nessa faixa etária que usam esses meios principalmente como uma forma de obter informações. Por esse motivo, destaca-se a necessidade de que estudos futuros no contexto brasileiro investiguem a qualidade e acurácia das informações sendo consumidas, bem como as consequências destas em processos psicológicos e no comportamento. Pode-se investigar, por exemplo, como os hábitos de consumo de informação sobre saúde impactam a probabilidade de *check-ups* anuais, ou a automedicação.

Apesar de trazer informações relevantes, o presente estudo não está isento de limitações. Mesmo se tratando de uma análise inicial, o tamanho amostral limita consideravelmente as conclusões a serem tiradas acerca dos dados, mesmo que esses sejam corroborados pela literatura prévia. A disparidade de gênero entre os participantes é outra limitação referente a amostra. Assim, são necessárias investigações posteriores acerca desse tema.

Uma última limitação é o fato de que a pesquisa foi realizada no próprio ambiente virtual, através das redes sociais, aumentando a probabilidade de resposta de sujeitos que já utilizam esses ambientes com maior frequência. Assim, estudos futuros podem abordar a mesma população através de estratégias diferentes, investigando se idosos que utilizam a internet com menor frequência tem motivações diferenciadas para tal uso.

A identificação de cinco categorias principais de motivação para o uso da internet pode ser aplicada para o desenvolvimento de um questionário quantitativo para mensurar tal construto no contexto brasileiro. Essa medida também facilitaria a comparação das motivações entre faixas etárias diferentes.

Com a internet se tornando cada vez mais uma parte inseparável da vida na contemporaneidade, se torna necessário compreender as possibilidades e consequências dessas tecnologias de informação e comunicação para pessoas de todas as faixas etárias, não só mais de indivíduos mais jovens. Assim, espera-se ter contribuído na compreensão de como as novas tecnologias têm participado do dia-a-dia de pessoas idosas no contexto brasileiro.

REFERÊNCIAS

ALMAO, E.; GOLPAYEGANI, F. Are Mobile Apps Usable and Accessible for Senior Citizens in Smart Cities? Em: ZHOU, Jia; SALVENDY, Gavriel (Orgs.). **Human Aspects of IT for the Aged Population. Design for the Elderly and Technology Acceptance**. Cham: Springer International Publishing, 2019, v. 11592, p. 357–375. Disponível em: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-030-22012-9_26>. Acesso em: 16 maio 2022.

BORGES, A. **Idosos conectados: a interação da terceira idade com as redes sociais digitais no interior do Rio Grande do Norte**. Orientadora: Juliana Sousa. 2019. 48p. TCC (Graduação) – Curso de Bacharelado em Ciências da Informação, Departamento de Ciências Exatas e Tecnologia da Informação, Angicos. Disponível em: https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/2448/2/AldeciAPB_MONO.pdf. Acesso em 16 mai. 2022.

CACHIONI, M.; FLAUZINO, K. de L.; BATISTONI, S. S. T.; CLIQUET, L. O. B. V.; ZAINÉ, I.; PIMENTEL, M. da G. C. IDOSOS ON - LINE: TECNOLOGIA COMO RECURSO PARA A APRENDIZAGEM AO LONGO DA VIDA. **Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento**, [S. l.], v. 25, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/RevEnvelhecer/article/view/118156>. Acesso em: 16 mai. 2022.

CECI, L. **Global TikTok user age and gender distribution 2022**. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution/>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

CHEPE, L. M.; ADAMATTI, D. F. Estudo sobre interação de idosos em redes sociais digitais. **Informática na educação: teoria e prática**, Porto Alegre,

v. 18, n. 2, 2016. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/54486>. Acesso em: 16 maio. 2022.

DONG, Y.; HU, H.; WEN, Y.; et al. Personalized Emotion-Aware Video Streaming for the Elderly. Em: MEISELWITZ, Gabriele (Org.). **Social Computing and Social Media. Technologies and Analytics**. Cham: Springer International Publishing, 2018, v. 10914, p. 372–382. Disponível em: <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-91485-5_28>. Acesso em: 16 maio 2022.

EYNON, R.; HELSPER, E. Adults learning online: Digital choice and/or digital exclusion? **New Media & Society**, v. 13, n. 4, p. 534–551, 2010. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444810374789>>. Acesso em: 16 maio 2022.

FOX, S. Older Americans and the Internet. **Washington, DC: Pew Internet & American Life Project**. 2004. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2004/03/28/older-americans-and-the-internet/>. Acesso em: 16 mai. 2022.

GIASSI, Beatriz Hencklein; SEABRA, Rodrigo Duarte. Usability assessment of the instagram application on smartphones with emphasis on elderly users. In: **Proceedings of the 18th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems**. Vitória, Espírito Santo Brazil: ACM, 2019, p. 1–4. Disponível em: <<http://dl.acm.org/doi/10.1145/3357155.3360470>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

HÄMMERLE, V.; PAULI, C.; BRAUNWALDER, R.; et al. WhatsApp's Influence on Social Relationships of Older Adults: In: **Proceedings of the 6th International Conference on Information and Communication Technologies for Ageing Well and e-Health**. Prague, Czech Republic: SCITEPRESS - Science and Technology Publications, 2020, p. 93–98. Disponível em: <<http://www.scitepress.org/DigitalLibrary/Link.aspx?doi=10.5220/0009470100930098>>. Acesso em: 16 maio 2022.

HARIS, N.; MAJID, R.; ABDULLAH, N.; et al. The role of social media in supporting elderly quality daily life. In: **2014 3rd International Conference on User Science and Engineering (i-USer)**. 2014, p. 253–257. Disponível

em: <<http://ieeexplore.ieee.org/document/7002712/>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

HUNSAKER, A.; HARGITTAL, E. A review of Internet use among older adults. **New Media Society**, v. 20, n. 10, p. 3937–3954, 2018. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444818787348>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

JANTSCH, A.; MACHADO, L.; BEHAR, P.; et al. As Redes Sociais e a Qualidade de Vida: os Idosos na Era Digital. **Revista Iberoamericana de Tecnologías del Aprendizaje: IEEE-RITA**, v. 7, n. 4, p. 173–179, 2012. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7140305>>. Acesso em: 16 maio 2022.

KHALID, S.; PEDERSEN, M.. Digital Exclusion in Higher Education Contexts: A Systematic Literature Review. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, v. 228, p. 614–621, 2016. Disponível em: <<https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1877042816310205>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

KRUG, R.; XAVIER, A.; D'ORSI, E.. Fatores associados à manutenção do uso da internet, estudo longitudinal EpiFloripa Idoso. **Revista de Saúde Pública**, v. 52, p. 37, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rsp/article/view/144975>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

KWONG, Y. Digital divide: computer and Internet use by elderly people in Hong Kong. **Asian Journal of Gerontology & Geriatrics**, v. 10, pp. 5–9. 2015. Disponível em: https://www.proquest.com/openview/3382fffe-c5056d31b59809d297816099/1?pq-origsite=gsc_holar&cbl=5191099. Acesso em: 16 maio 2022.

LOSEKANN, R.; MOURÃO, H. DESAFIOS DO TELETRABALHO NA PANDEMIA COVID-19: QUANDO O HOME VIRA OFFICE. **Caderno de Administração**, v. 28, p. 71–75, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CadAdm/article/view/53637>>. Acesso em: 16 maio 2022.

MACHADO, L.; BEHAR, P.; DOLL, J. O Uso De Um Ambiente Virtual De Aprendizagem Por Idosos: Considerações E Discussões. **Nuevas Ideas en**

Informática Educativa, v. 7, pp. 247-254. Disponível em: <http://www.tise.cl/volumen7/TISE2011/Documento34.pdf>. Acesso em: 16 maio 2022.

MEIRELES, S.; FORTES, R. Os benefícios da internet na vida dos idosos do município de Luziânia-Goiás. **Revista de Divulgação Científica Sena Aires**, v. 5, n. 2, p. 117–123, 2016. Disponível em: <<http://revistafacesa.senaaires.com.br/index.php/revisa/article/view/263>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

MENDES, J.; JÚNIOR, J.; TRINDADE, W.; FERNANDES, A.; CABREJOS, L.; JÚNIOR, G. Reprojetado da Interface do WhatsApp considerando o Usuário da Terceira Idade. **JIM 2018 VII Jornada de Informática do Maranhão**. 2018. Disponível em: <http://sistemas.deinf.ufma.br/anaisjim/artigos/2018/201803.pdf>. Acesso em 16 mai. 2022.

MIRANDA, S.; ANTUNES, A. C.; GAMA, A. Challenging old paradigms about aging and social networks: Seniors as social influencers. **Proceedings of Ageing Congress**. 2021.

MIRANDA, S.; ANTUNES, A. C.; GAMA, A. A Different type of Influencer? Examining Senior Instagram Influencers Communication. **European Conference on Social Media**, v. 9, n. 1, p. 130–136, 2022. Disponível em: <<https://papers.academic-conferences.org/index.php/ecsm/article/view/337>>. Acesso em: 16 mai 2022.

MO, F.; ZHOU, J.; KOSINSKI, M.; et al. Usage patterns and social circles on Facebook among elderly people with diverse personality traits. **Educational Gerontology**, v. 44, n. 4, p. 265–275, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/03601277.2018.1459088>>. Acesso em: 16 maio 2022.

NAÇÕES UNIDAS. **World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables (ESA/P/WP/248)**. New York: Department of Economic and Social Affairs, Population Division. 2017.

NGUYEN, B.; WOO, B. K. P. Sharing is Caring: WhatsApp as a method of disseminating dementia knowledge to elderly Chinese Americans. **International Psychogeriatrics**, v. 32, n. 2, p. 281–282, 2020. Disponível em: <https://>

www.cambridge.org/core/product/identifier/S1041610219000656/type/journal_article. Acesso em: 16 mai. 2022.

NIMROD, G. The internet as a resource in older adult leisure. **International Journal on Disability and Human Development**, v. 8, n. 3, 2009. Disponível em: <<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/IJDHD.2009.8.3.207/html>>. Acesso em: 16 maio 2022.

PEW RESEARCH CENTER. Share of those 65 and older who are tech users has grown in the past decade. 2022. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/01/13/share-of-those-65-and-older-who-are-tech-users-has-grown-in-the-past-decade/>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

PHANMOOL, J.; PROPUNPROM, P. Situation of Media Access, Fake News Recognition and the Impacts of Media Use of the Elderly in Urban Communities in a New Normal. **Journal of Legal Entity Management and Local Innovation**, v. 7, n. 8, p. 171–184, 2021. Disponível em: <<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/251254>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. **Twitter. U.S. users by age and tweet volume 2021**. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/1304685/us-twitter-users-age-and-frequency/>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. **Number of Facebook users in Brazil by gender 2022**. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/866227/facebook-user-share-brazil-gender/>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. **Instagram user share in Brazil by gender 2022**. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/866193/instagram-user-share-brazil-gender/>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT. **Brazil: share of internet users by age group 2020**. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/>>

statistics/254724/age-distribution-of-internet-users-in-brazil/>. Acesso em: 16 maio 2022.

RAMOS, D.; BAHÍ DA SILVA, G.; MORGANA SILVA TAVARES, G.; VARGAS FERREIRA, F.; VIROTE KASSICK MÜLLER, D.; KEMEL ZANELLA, ÂNGELA. Pandemia Da Solidariedade: Grupo De Whatsapp Como Ferramenta De Apoio E Aproximação Com Os Idosos Durante O Covid-19. **Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 12, n. 3. 20 nov. 2020. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/106721>. Acesso em 16 mai. 2022.

RIBEIRO, O.; SANTANA, G.; TENGAN, E.; et al. Os impactos da pandemia da covid-19 no lazer de adultos e idosos. **Licere (Online)**, p. 391–428, 2020. Disponível em: <<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/biblio-1145278>>. Acesso em: 16 maio 2022.

VAN DEURSEN, A.; HELSPER, E. J. A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. **European Journal of Communication**, v. 30, n. 2, p. 171–187, 2015. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323115578059>>. Acesso em: 16 mai. 2022.

YABRUDE, A.; SOUZA, A.; CAMPOS, C.; et al. Desafios das Fake News com Idosos durante Infodemia sobre Covid-19: Experiência de Estudantes de Medicina. **Revista brasileira de educação médica**, v. 44, sup. 1, pp. e140–e140, 2020. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-55022020000500405>. Acesso em: 16 mai. 2022.

ZAHIDA, W; EFFENDY, V.; HADIKUSUMA, A. Improving Messenger Accessibility for Elderly Users using User Centered Design (UCD) Methods (Study Case: WhatsApp). **2021 International Conference on Software Engineering & Computer Systems and 4th International Conference on Computational Science and Information Management (ICSECS-ICOCSIM)**, pp. 273-278. 2021. Disponível em: 10.1109/ICSECS52883.2021.00056. Acesso em 16 mai. 2022.